



**André Filipe Mendes
Silveiro**

**Turismo Acessível: o papel dos intermediários –
Agências de Viagens e Operadores Turísticos**



**André Filipe Mendes
Silveiro**

**Turismo Acessível: o papel dos intermediários –
Agências de Viagens e Operadores Turísticos**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro e Coorientação da Doutora Leonor da Conceição Teixeira, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro.

Este trabalho foi desenvolvido no âmbito do projeto de investigação ACTION - POCI-01-0145-FEDER-030376, financiado pelo FEDER, através do COMPETE2020 - Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (POCI), e por fundos nacionais (OE), através da FCT/MCTES

Dedico este trabalho à minha família e namorada pelo incansável apoio.

o júri

presidente

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar, Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Eugénia Cristina Peixoto Godinho Lima Devile
Professora Adjunta, Escola Superior de Educação de Coimbra

Prof. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (Orientadora)

agradecimentos

À Professora Doutora Celeste Eusébio e à Professora Doutora Leonor Teixeira pela paciência e exigência, pelos desafios e conhecimentos transmitidos.

À minha namorada Nita, pela motivação, carinho e presença constante.

Aos meus pais, Abílio e Manuela, à minha irmã Andreia por todo o apoio incondicional.

palavras-chave

Turismo Acessível, Incapacidade, Barreiras, Acessibilidade web, Intermediários, Agências de Viagens, Operadores Turísticos

resumo

O conceito de Turismo Acessível, visa a integração de todas as pessoas na prática de atividades turísticas, em qualquer destino turístico, independentemente da sua condição ou situação (Zsarnoczky, 2018). Contudo, vários autores (D. Buhalis e Michopoulou, 2011; Michopoulou e Buhalis, 2013; Franz Pühretmair e Buhalis, 2008) alertam para a necessidade de a indústria turística ter em atenção não só a acessibilidade física mas também a acessibilidade da informação, nomeadamente a disponibilidade de informação acessível através da internet. Atualmente, a Internet acaba por ser um canal que veio alterar os hábitos dos consumidores e a forma de comercialização dos produtos turísticos. Este desenvolvimento levou a que se alterassem e surgissem novos modelos de negócio, para os intermediários em turismo, nomeadamente para as Agências de Viagens e Operadores Turísticos. Neste sentido, o principal objetivo deste trabalho de investigação é verificar se os intermediários em turismo (Agências de Viagens e Operadores Turísticos) estão preparados para satisfazer as necessidades do mercado do turismo acessível. Por este motivo, a presente dissertação integra a análise de um conjunto de reclamações efetuadas num portal de queixas *online* por um grupo de utilizadores que integram o mercado do turismo acessível sobre os serviços prestados pelas Agências de Viagens. Esta análise permite identificar um conjunto de constrangimentos que as pessoas com necessidades especiais enfrentam quando recorrem aos serviços prestados por este tipo de intermediários em turismo. Um dos constrangimentos observados está relacionado com a informação. Neste sentido, foi realizada uma análise da acessibilidade dos *websites* das Agências de Viagens e Operadores Turísticos da Região Centro de Portugal. Para dar resposta a esses objetivos, a análise da acessibilidade dos *websites* foi realizada tendo como base as Diretrizes de Acessibilidade do Conteúdo Web (WCAG 2.0) e utilizando duas ferramentas de avaliação (AccessMonitor e TAW *online*). Os resultados obtidos demonstram que as pessoas com crianças/bebés e pessoas com incapacidade física são os segmentos do Turismo Acessível que mais reclamações apresentaram no portal analisado. Dessas reclamações, as barreiras relacionadas com a acessibilidade dos edifícios e transportes e as barreiras sociais foram as mais identificadas, nomeadamente, a falta de consciência sobre a acessibilidade, seguindo-se a atitude negativa dos funcionários. Os resultados da análise dos *websites*, revelaram que, apesar de obterem uma pontuação mediana que os distingue como “Prática Regular”, os *websites* das Agências de Viagens e Operadores Turísticos da Região Centro de Portugal apresentam muitos problemas e avisos, nomeadamente nos requisitos mais básicos (nível A) das WCAG. A dissertação termina com algumas sugestões para melhorar o nível de acessibilidade dos serviços fornecidos pelos intermediários em turismo.

keywords

Accessible Tourism, Disability, Barriers, Web Accessibility, Intermediaries, Travel Agencies, Tour Operators

abstract

The concept of Accessible Tourism aims to integrate all people into the practice of tourist activities, in any tourist destination, regardless of their condition or situation (Zsarnoczky, 2018). However, several authors (D. Buhalis and Michopoulou, 2011; Michopoulou and Buhalis, 2013; Franz Pühretmair and Buhalis, 2008) point out the need for the tourism industry to pay attention not only to physical accessibility but also to accessibility of information, namely the availability of information accessible through the internet. Currently, the Internet turns out to be a channel that has altered the habits of the consumers and the form of commercialization of the tourist products. This development has led to the alteration and appearance of new business models for tourism intermediaries, namely for Travel Agencies and Tour Operators. In this sense, the main objective of this research work is to verify if the intermediaries in tourism (Travel Agencies and Tour Operators) are prepared to satisfy the needs of the accessible tourism market. For this reason, the present dissertation integrates the analysis of a set of complaints made in a portal of online complaints by a group of users that integrate the accessible tourism market on the services provided by the Travel Agencies. This analysis identifies a set of constraints that people with special needs face when they use the services provided by this type of tourism intermediaries. One of the observed constraints is related to information. In this sense, an analysis was made of the accessibility of the websites of the Travel Agencies and Tour Operators of the central region of Portugal. To meet these goals. Web accessibility analysis was performed based on the Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0) and using two assessment tools (AccessMonitor and TAW online). The results show that people with children / infants and people with physical disabilities are the segments of Accessible Tourism that more complaints presented in the portal analyzed. Of these complaints, barriers related to accessibility of buildings and transport and social barriers were the most identified, namely the lack of awareness about accessibility, followed by the negative attitude of employees. The results of the analysis of the websites revealed that, although they obtained a medium score that distinguishes them as "Regular Practice", the websites of Travel Agencies and Tour Operators of the central region of Portugal present many problems and warnings, namely in the most basic requirements (level A) of the WCAG. The dissertation ends with some suggestions to improve the level of accessibility of services provided by tourism intermediaries.

Índice

Capítulo 1 – Introdução.....	1
1.1 Relevância do estudo.....	1
1.2 Objetivos do estudo.....	3
1.3 Metodologia	5
1.4 Estrutura da dissertação	6
Capítulo 2 – Intermediários em Turismo	9
2.1 Introdução.....	9
2.2 Definição e caracterização.....	10
2.3 Regulamentação das agências de viagens em Portugal.....	14
2.4 A importância dos intermediários em turismo	17
2.5 Conclusão	20
Capítulo 3 – Turismo Acessível	21
3.1 Introdução.....	21
3.2 Conceito e relevância	22
3.3 Caracterização dos segmentos	27
3.4 Conclusão	29
Capítulo 4 – O papel dos intermediários na promoção do Turismo Acessível	31
4.1 Introdução.....	31
4.2 Requisitos dos intermediários em termos de acessibilidade.....	31
4.3 Barreiras para a prática do turismo acessível relacionadas com os intermediários	40
4.4 Conclusão	44
Capítulo 5 – Metodologia do estudo empírico	47
5.1 Introdução.....	47
5.2 Objetivos do estudo empírico	47
5.3 Metodologia para análise das reclamações.....	48
5.3.1 Métodos de recolha	48
5.3.2 Métodos de análise.....	51
5.4 Metodologia para análise da acessibilidade dos <i>websites</i>	52
5.4.1 Métodos de recolha	52
5.4.2 Métodos de análise.....	55
Capítulo 6 – Análise das reclamações do Portal da Queixa	57
6.1 Introdução.....	57
6.2 Análise das reclamações efetuadas às Agências de Viagens.....	57

6.3 Conclusão	67
Capítulo 7 – Análise da acessibilidade dos <i>websites</i> das Agências de Viagens na Região Centro de Portugal	69
7.1 Introdução	69
7.2 Caracterização da amostra	69
7.3 Análise da acessibilidade dos <i>websites</i>	71
7.3.1 Resultados do AcessMonitor	71
7.3.2 Resultados do TAW	79
7.3.3 Classificação dos <i>websites</i>	90
7.4 Identificação dos grupos homogêneos de Agências de Viagens de acordo com o nível de acessibilidade dos <i>websites</i>	92
7.5 Conclusão	96
Capítulo 8 – Conclusões e Limitações	97
8.1 Conclusões	97
8.2 Limitações	101
8.3 Futuras Investigações	101
Referências bibliográficas	103
Apêndices	109

Apêndices

Apêndice 1 – Relatório de estágio	110
Apêndice 2 – Barreiras encontradas nos serviços turísticos.....	119
Apêndice 3 – Análise das ferramentas de avaliação da acessibilidade de websites.	120
Apêndice 4 – Descritivos Portal da Queixa.....	123
Apêndice 5 – Reclamações analisadas (Portal da Queixa)	127
Apêndice 6 – Caracterização das reclamações por segmento, barreiras e tipo de serviço.	134
Apêndice 7 – Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor	136
Apêndice 8 – Erros identificados pelo AcessMonitor por nível de conformidade e por NUT III.....	138
Apêndice 9 – Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III.	140
Apêndice 10 – Problemas identificados: total de cada Diretriz.	148
Apêndice 11 – Problemas identificados: total de cada Critério de Sucesso.....	151
Apêndice 12 – Avisos identificados: total de cada Diretriz	155
Apêndice 13 – Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso	158

Índice de Figuras

Figura 1 – Cadeia da distribuição turística.....	11
Figura 2 – Principais intermediários da indústria turística.....	12
Figura 3 – Segmentos do TA segundo a UNWTO.	29
Figura 4 – Símbolo Internacional De Acessibilidade.	33
Figura 5 – Número total de reclamações (por ano) na categoria de agências de viagens.	49
Figura 6 – Exemplo de palavras-chave utilizadas na triagem dos comentários.	51
Figura 7 – Número total de registos de agências de viagens (por ano).	54
Figura 8 – Nuvem de palavras.	66
Figura 9 – Amostra por NUT III.....	70

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Exemplos de estudos que têm sido publicados sobre o turismo acessível.	3
Tabela 2 – Metodologia utilizada nesta dissertação.	6
Tabela 3 – Caracterização das atividades dos OT e AV.	13
Tabela 4 – Principais definições para o setor das agências de viagens e turismo.	14
Tabela 5 – Atividades das agências de viagens e turismo	16
Tabela 6 – Potenciais benefícios da utilização de intermediários em turismo	18
Tabela 7 – Alguns dos principais marcos históricos no Turismo Acessível.	23
Tabela 8 – Evolução do conceito de TA.	25
Tabela 9 – Tipos de incapacidades estudados em alguns dos artigos publicados no âmbito do turismo acessível.	28
Tabela 10 – Estrutura do WCAG 2.1 dividida por princípios, diretrizes, critérios de sucesso e nível de conformidade.	36
Tabela 11 – Exemplo de indicadores na avaliação da acessibilidade dos produtos fornecidos pelas AV.	39
Tabela 12 – Alguns exemplos de barreiras existentes nas AVs e nos serviços que comercializam.	41
Tabela 13 – Objetivos do estudo empírico do projeto de investigação.	47
Tabela 14 – Distribuição geográfica das AV em Portugal.	53
Tabela 15 – Número de reclamações por segmento do TA.	58
Tabela 16 – Número de reclamações por tipo de barreira.	58
Tabela 17 – Número de reclamações por tipo de serviço.	62
Tabela 18 – Resultados do índice global do AcessMonitor por NUT III.	72
Tabela 19 – pontuação em termos de satisfação dos testes executados pelo AccessMonitor por localização da NUT III.	74
Tabela 20 – Erros identificados pelo AcessMonitor por nível de conformidade.	75
Tabela 21 – Problemas e Avisos identificados na análise dos websites com base no TAW (por NUT III).	80
Tabela 22 – Problemas agrupados por princípios com base no TAW.	82
Tabela 23 – Avisos agrupados por princípios com base no TAW.	87
Tabela 24 – Ranking de <i>websites</i> de acordo com a pontuação do AccessMonitor.	91
Tabela 25 – Ranking dos piores websites em termos de acessibilidade de acordo com os problemas encontrados.	92
Tabela 26 – Comparação de Clusters usando a ANOVA.	93
Tabela 27 – Comparação de Clusters em termos de problemas identificados através do TAW.	94
Tabela 28 – Comparação de Clusters em termos de avisos identificados através do TAW.	95

Glossário

AV - Agência de Viagem

DL - Decreto-Lei

DRT - Direção Regional de Turismo

ENAT - *European Network for Accessible Tourism*

ERT - Entidade Regional de Turismo

IS - Índice de Satisfação

MA - Média das Avaliações

NU - Nações Unidas

NUT - Nomenclatura das Unidades Territoriais

OSSATE - *One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe*

OT - Operador Turístico

PCI - Pessoas Com Incapacidades

RNT - Registo Nacional de Turismo

RNAVT - Registo Nacional de Agentes de Viagens e Turismo

TA - Turismo Acessível

TAW - *Test de Accesibilidad Web*

TPC - Total do Período Considerado

TMR - Tempo Médio de Resposta

TR - Taxa de Resposta

TS - Taxa de Solução

UE - União Europeia

UNWTO - *United Nations World Tourism Organization*

WCAG - *Web Content Accessibility Guidelines*

Capítulo 1 – Introdução

1.1 Relevância do estudo

Espera-se, nos próximos anos, um aumento do número de pessoas com incapacidade, consequência do envelhecimento da população, resultante também do aumento da esperança média de vida, de problemas crónicos de saúde e até mesmo da probabilidade de uma pessoa, em qualquer momento da sua vida, vir a adquirir uma incapacidade (quer temporária ou permanente) (Gillovic & McIntosh, 2015). Segundo o relatório “Mapeamento e verificação de desempenho da oferta de serviços turísticos acessíveis na Europa” (UE, 2015), estima-se que existam no mundo cerca de mil milhões de pessoas com incapacidade. A nível europeu, 60% da população tem algum tipo de problema de saúde permanente ou incapacidade entre os 60 e 64 anos de idade, sendo que existem 75 milhões de pessoas com mais de 65 anos e prevê-se um aumento de 35% até 2025. Numa sociedade em constante mudança com motivações e necessidades diversificadas, as pessoas com incapacidades (PCI) têm igual direito e as mesmas oportunidades que os demais. Neste sentido, ao longo dos tempos, têm-se vindo a desenvolver diretivas e regulamentos com o objetivo de existir uma maior inclusão. No caso da indústria do turismo, existe um esforço constante na definição dos direitos e deveres de todos os envolvidos no setor, inclusive as PCI. Assim sendo, a Declaração de Manila (UNWTO, 1980), a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (nomeadamente o artigo 30º) (UN, 2007) e o Código Mundial de Ética do Turismo (UNWTO, 1999) são exemplos dos esforços que têm vindo a ser desenvolvidos de forma a tornar o turismo mais responsável e inclusivo, uma vez que se tratam de resoluções que estabelecem o direito a “praticar” turismo, bem como a necessidade de todos os *stakeholders* da indústria criarem facilitadores à prática de atividades turísticas de PCI (UN, 2007; UNWTO, 1980, 1999).

Apesar de as PCI ainda terem de enfrentar muitas barreiras quando adquirem produtos turísticos, tem-se observado um aumento da oferta de produtos turísticos acessíveis por parte de alguns fornecedores de serviços turísticos. Em consequência, começam já a existir empresas que se especializam em oferecer produtos a este segmento. Esta opinião é reforçada por Takeda e Card (2002), ao argumentarem que os turistas com incapacidades representam um grupo em crescimento e financeiramente importante para os fornecedores de serviços turísticos, daí o setor estar a revelar grande interesse neste segmento. Sob o

mesmo ponto de vista, Pinho (2015) destaca que o mercado de pessoas com incapacidade apresenta características diferenciadoras que podem revelar-se numa oportunidade de negócio para as empresas, desde que sejam integradas de forma estratégica. Igualmente, Bowtell (2015) defende que é um mercado distinto, com grande capacidade de crescimento e potencialmente lucrativo.

Para responder às especificidades deste segmento, surge assim, o conceito de Turismo Acessível, que de forma geral tem como objetivo permitir que todas as pessoas possam ter acesso a todos os serviços turísticos, em qualquer destino turístico, independentemente da sua condição ou situação (Zsarnoczky, 2018).

Não obstante, para além de o turismo acessível proporcionar oportunidades e benefícios para as PCI, o crescimento deste segmento tem gerado benefícios em termos económicos para os destinos turísticos. Tomando como exemplo, em 2012, estimou-se que na Europa o turismo acessível gerou cerca de 352 mil milhões de euros, prevendo-se que tenham sido realizadas 740 milhões de viagens por ano (UE, 2014, 2015). Igualmente na Europa, até ao ano de 2025, o turismo acessível poderá gerar receitas na ordem dos 88,6 mil milhões de euros (Bowtell, 2015). Contudo, para aproveitar o potencial do mercado de PCI, é fundamental tornar o turismo o mais acessível possível. Para que os destinos sejam acessíveis, tem de existir acessibilidade em toda a cadeia de valor (planeamento; compra/aquisição e pós-venda). Neste sentido, Costa, Salvado, e Da Costa (2014), referem que a estratégia pode passar pela própria cadeia de valor (fornecedores, parceiros de negócio, clientes, etc.), trabalhar em rede para coproduzir valor e oferecer produtos turísticos acessíveis.

Para Lin, Lee, e Chen, (2009), os intermediários em turismo (pertencentes a essa cadeia de valor), e pertencentes ao sistema de distribuição, enquadram-se entre os fornecedores e os consumidores. Deste grupo fazem parte os Operadores Turísticos (OT) e as Agências de Viagens (AV). No entanto, estes intermediários poderão ser também fornecedores de produtos turísticos (exemplo: criação e venda de pacotes turísticos).

Apesar da relevância do mercado de turismo acessível, a investigação nesta área, comparativamente com outras áreas de investigação em turismo, é relativamente escassa (Kim & Lehto, 2012). Além disso, dentro da investigação em turismo acessível existe uma

grande predominância de estudos que analisam o mercado em termos de necessidades, motivações e constrangimentos (Tabela 1), o número de estudos que analisam os agentes responsáveis pela produção e comercialização de produtos turísticos é ainda muito escasso (Tabela 1). Dentro deste grupo, existe um número muito limitado de estudos que analisa os intermediários em turismo (agências de viagens e operadores turísticos) e o turismo acessível.

Tabela 1 – Exemplos de estudos que têm sido publicados sobre o turismo acessível.

Perspetiva	Autor (data)
Oferta	Takeda e Card (2002); Card, Cole, e Humphrey (2006); Ozturk, Yayli, e Yesiltas (2008); Lin et al (2009a); Lin, Lee, e Chen (2009b); Patterson, Darcy, e Mönninghoff (2012); Schitko e Losekoot (2012); Özogul e Baran (2016)
Procura	McKercher, Packer, Yau, e Lam (2003); Kim, Stonesiferb e Han, (2012); Shi, Cole e Chancellor, (2012); Eichhorn, Miller e Tribe, (2013); Zajadacz, (2014); Mothiravally, Ang, Baloch, Kulampallil, e Geetha (2014) Kastenholz, Eusébio e Figueiredo, (2015); Allan, (2015); Karacaoglu, Yolal e Gursoy, (2015); Mesquita e Carneiro, (2016); Melian, Prats e Coromina, (2016); Kiruthika e Bindu, (2016); Loi e Kong, (2017); Lyu, (2017)

Neste contexto, este projeto de investigação tem como objetivo contribuir para aumentar a investigação sobre o papel dos intermediários – Agências de Viagens e Operadores Turísticos – no desenvolvimento do turismo acessível. Este projeto desenvolveu-se tendo como suporte o projeto de investigação “ACTION: Turismo acessível: cocriação de experiências turísticas através de sistemas inteligentes com base na Web, onde se realizou um estágio de investigação. No Apêndice 1 encontra-se o relatório de estágio.

1.2 Objetivos do estudo

O principal objetivo deste trabalho de investigação é verificar se os intermediários em turismo (agências de viagens e operadores turísticos) estão preparados para satisfazer as necessidades do mercado do turismo acessível.

Para além do objetivo central, definiram-se objetivos específicos que se categorizam em dois grupos: objetivos relacionados com a revisão da literatura e objetivos relacionados com o estudo empírico.

Os objetivos relacionados com a revisão da literatura são:

- Perceber o papel dos intermediários no sistema turístico (agências de viagens e operadores turísticos);
- Identificar, com base na revisão da literatura, o papel dos intermediários no desenvolvimento do turismo acessível;
- Identificar, a partir da regulamentação existente e dos estudos científicos publicados sobre esta temática, os requisitos exigidos aos intermediários em turismo (agências de viagens e operadores turísticos) em termos de acessibilidade.

Por sua vez, os objetivos relacionados com o estudo empírico são:

- Analisar as reclamações sobre as agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal, efetuadas por pessoas que fazem parte do mercado de turismo acessível;
- Analisar a acessibilidade dos *websites* das agências de viagens e operadores turísticos existentes na Região Centro de Portugal;
- Identificar, com base na análise das reclamações e da acessibilidade dos *websites* das agências de viagens, alguns constrangimentos que as pessoas que fazem parte do mercado de turismo acessível enfrentam quando recorrem a intermediários para adquirir produtos turísticos.
- Apresentar algumas recomendações para aumentar a acessibilidade dos produtos oferecidos pelos intermediários em turismo – Agências de Viagens e Operadores Turísticos.

1.3 Metodologia

A presente dissertação integra uma revisão da literatura sobre a temática em análise e um estudo empírico. Neste sentido, foram utilizados vários métodos para a recolha e análise da informação utilizada.

Numa primeira fase, com o objetivo de verificar o estado da arte relativamente às temáticas relacionadas com o objetivo desta dissertação, procedeu-se a uma pesquisa de artigos científicos, presentes em bases de dados como *Scopus*; *Google Scholar* e *ScienceDirect*, através de palavras-chave, como por exemplo: “*accessible tourism*”, “*disabilities*”, “*intermediaries in tourism*”, “*Travel agen**”, “*Tour operators*” e “*people with disabilities*”. Os documentos obtidos nesta pesquisa foram depois objeto de uma análise do seu conteúdo com o objetivo de dar resposta aos objetivos definidos para a revisão da literatura desta dissertação.

Após a fase anterior de revisão e exploração de conceitos (turismo acessível, intermediários em turismo – agências de viagens e operadores turísticos, pessoas com incapacidade, e o papel dos intermediários em turismo na oferta de produtos turísticos acessíveis), seguiu-se a recolha de dados que se divide em duas etapas, conforme ilustra a Tabela 2.

Tabela 2 – Metodologia utilizada nesta dissertação.

Etapa		Métodos de recolha de dados	Métodos de análise de dados
Etapa 1	Análise de comentários / <i>reviews</i> em <i>websites</i> de queixas	Utilização do portaldaqueixa.com para identificar os comentários de pessoas que fazem parte do mercado de turismo acessível relativamente às agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal	Análise de conteúdo Análise de frequências
Etapa 2	Análise dos <i>websites</i> das agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal	Utilização da base de dados disponibilizada pelo Registo Nacional de Agências de viagens e Turismo (RNAVT) para identificar as Agências de Viagens da Região Centro de Portugal. Criação de uma base de dados com os <i>websites</i> das Agências de Viagens da Região Centro de Portugal. Avaliar o nível de acessibilidade dos <i>websites</i> das AV do Centro de Portugal através de ferramentas automáticas.	Avaliação dos <i>websites</i> através de duas ferramentas automáticas: <i>AccessMonitor</i> e “ <i>Test de Accesibilidad Web</i> ” (TAW) Análises de estatísticas descritivas Análise hierárquica de clústeras Análise bivariadas para comparar grupos (ANOVA e testes post-hoc - Turkey)

A etapa 1 refere-se à análise de comentários / *reviews* em *websites* de queixas *online* em Portugal e utiliza uma abordagem semelhante ao estudo realizado por Kim e Lehto (2012). Por sua vez, a etapa 2 diz respeito à análise da acessibilidade dos *websites* das agências de viagens existentes na Região Centro de Portugal e recorre a uma abordagem semelhante à utilizada no estudo de Vila, González e Darcy (2018). Em termos de métodos de análise de dados, nesta dissertação é utilizada uma abordagem mista, utilizando-se principalmente uma análise qualitativa na etapa 1 e uma análise quantitativa na etapa 2, como se pode observar na tabela 2.

1.4 Estrutura da dissertação

Esta dissertação integra quatro partes. A primeira parte é constituída apenas pelo presente capítulo e descreve a relevância, objetivos, metodologia e estrutura da dissertação. A segunda parte compreende os capítulos 2, 3 e 4 onde se apresenta o estado da arte relativa à temática desta dissertação. A terceira parte contém os capítulos 5, 6 e 7 e descreve a

metodologia e os resultados obtidos no estudo empírico realizado. Por sua vez, a quarta e última parte integra apenas o capítulo 8 onde se descrevem as principais conclusões obtidas, as principais contribuições desta dissertação, as limitações e algumas sugestões de investigação futura.

O Capítulo 2 onde se inicia a revisão literária, começa com a definição e caracterização dos intermediários em turismo, assim como são apresentadas algumas considerações sobre a sua importância no sistema turístico. O Capítulo 3 aborda a temática do Turismo Acessível, explorando a evolução do conceito, identificação dos segmentos que inclui e a sua caracterização. Por sua vez, o capítulo 4, último capítulo da revisão da literatura, analisa o papel dos intermediários na promoção do Turismo Acessível, nomeadamente que requisitos devem contemplar em termos de acessibilidade e que barreiras têm sido identificadas na prática do Turismo Acessível relacionadas com os intermediários.

No capítulo 5 são descritos os objetivos do estudo empírico, os métodos utilizados para a recolha de dados e os métodos utilizados na análise de dados. O capítulo 6 apresenta os resultados obtidos na análise das reclamações efetuadas por pessoas que fazem parte do mercado de turismo acessível no portal da queixa. Por fim, o capítulo 7 apresenta os resultados obtidos na análise da acessibilidade dos *websites* das Agências de Viagens da Região Centro de Portugal.

Capítulo 2 – Intermediários em Turismo

2.1 Introdução

O turismo, para além de ser um setor relativamente recente, dinâmico e em crescimento, difere das outras indústrias devido à sua multidisciplinaridade e pela sua interação com os vários setores. Também as características dos seus produtos e serviços, podem contribuir para que a distribuição na indústria turística seja uma atividade relativamente complexa.

Atualmente, quando se pensa em viajar, começa-se por recolher informação, que pode ser proveniente de várias fontes (exemplos: *websites* oficiais de turismo, blogs, agências de viagens, etc.). Posteriormente, o processo de aquisição dos produtos e serviços turísticos (como transporte, alojamento, visitas, etc.) pode realizar-se diretamente com cada entidade (*online* ou presencialmente), permitindo uma maior flexibilidade e personalização. Por outro lado, pode-se recorrer a agências de viagens (quer físicas quer virtuais), evitando a necessidade de ter preocupação com todos os aspetos da viagem. Neste caso, as agências de viagens acabam por fazer a intermediação, por exemplo, entre os hotéis, as companhias aéreas e o cliente. Em síntese, a diferença entre estes dois processos está no uso, ou não, de um intermediário. Quando não se usa um intermediário trata-se de uma distribuição direta dos produtos, enquanto que, quando ocorre a intervenção de um intermediário (exemplo: AV), que estabelece relações diretamente com os produtores, designa-se por distribuição indireta (Cunha, 2003).

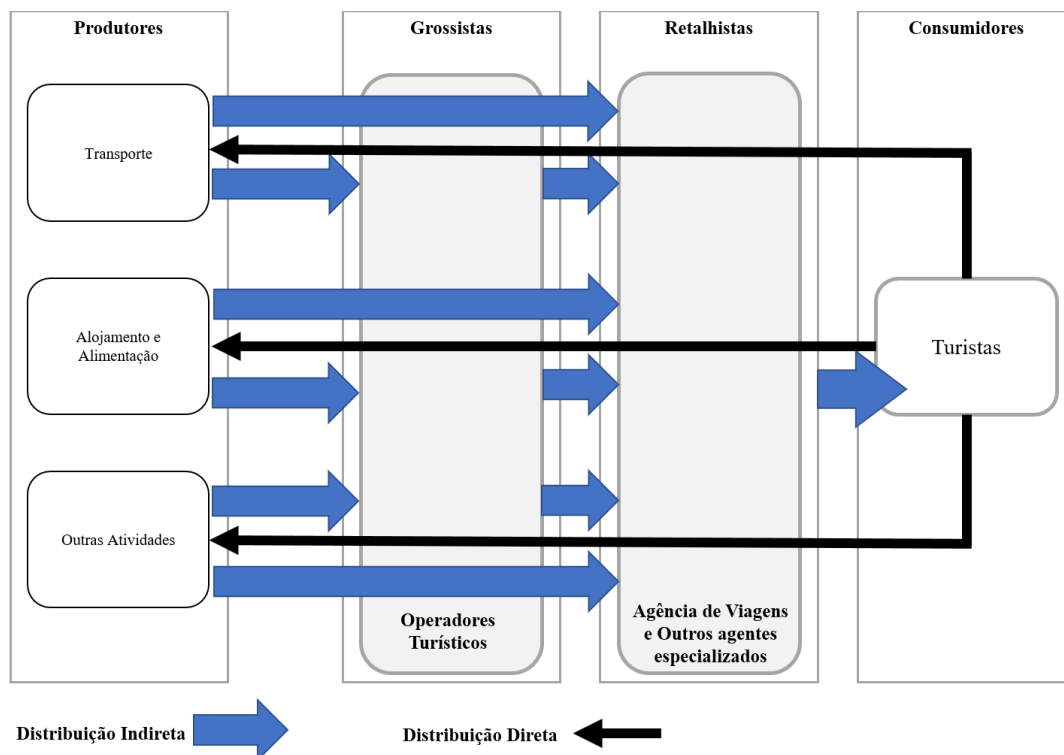
Contudo, é essencial conhecer a forma como a distribuição turística se processa no sistema turístico bem como o papel dos intermediários. Assim sendo, neste capítulo, pretende-se perceber o conceito de intermediário, quais são os intermediários do sistema turístico e as suas características.

2.2 Definição e caracterização

Recentemente, Jorgensen (2017, p. 312) baseado em vários autores, entende que distribuição é “o processo de disponibilização de um produto ou serviço para uso ou consumo (por um consumidor ou empresa), utilizando meios diretos ou indiretos como intermediários”. Mediante o exposto, a distribuição consiste no canal utilizado entre o consumidor e o produto ou serviço turístico (Cunha, 2003). No entanto, para Buhalis e Laws (2001), “um canal de distribuição de turismo é um intermediário ou conjunto de intermediários que facilita a venda e a entrega de serviços turísticos dos fornecedores para os consumidores”(citado por Kracht & Wang, 2010, p. 736). Por outras palavras, Cunha (2003, p. 290) refere que um canal de distribuição “é uma estrutura operativa, um sistema de relações ou várias combinações de organizações, através das quais um produtor de bens e serviços turísticos vende ou confirma a viagem ao comprador”.

Portanto, e conforme ilustra a Figura 1, o sistema de distribuição em turismo, é composto pelos produtores (transportes, alojamento, etc.), pelos grossistas (operadores turísticos), retalhistas (agências de viagens) e pelos consumidores. A distribuição pode ser direta (dos produtores para os consumidores) ou indireta (dos grossistas ou retalhistas para os consumidores).

Figura 1 – Cadeia da distribuição turística.



Fonte: Adaptado de Cunha (2003).

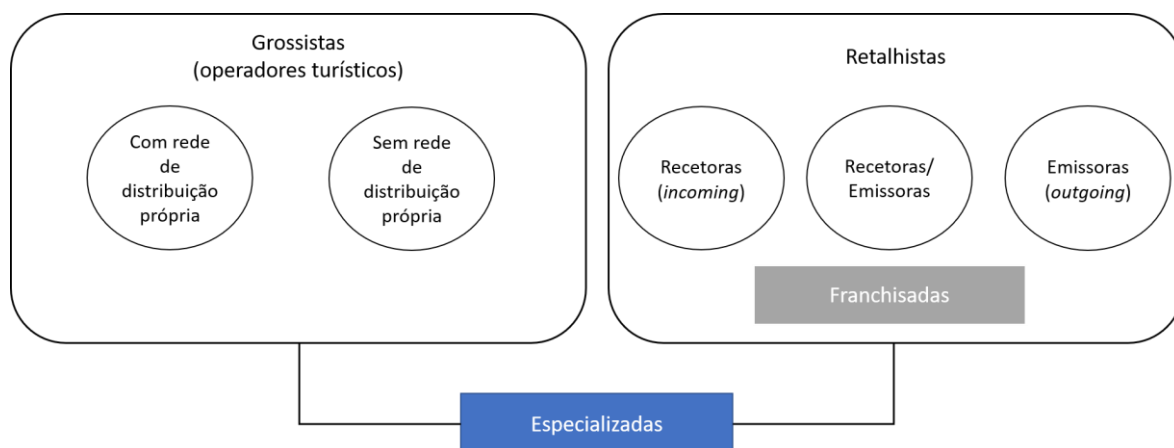
Os turistas, os fornecedores e os intermediários são, para Jorgensen (2017), os elementos base da distribuição em turismo. Por sua vez, para Buhalis e Laws (2001), o sistema de distribuição do setor turístico tem por base os comerciantes do destino (*destination marketers*), fornecedores principais de um serviço (*principals*), Operadores Turísticos e Agentes de Viagens. Ujma (2001) identifica três tipos de intermediários: os operadores turísticos, as agências de viagens retalhistas e um terceiro grupo (canais especializados), muitas das vezes, denominado como a rede de suporte (por exemplo: empresas de viagens de incentivo ou representantes de hotéis) que se relaciona com os *stakeholders* do setor turístico. Cunha (2003) reconhece quatro tipos de intermediários: operadores turísticos, agências de viagens, organismos oficiais e instituições sem fins lucrativos e canais especializados (por exemplo: representações de hotéis).

Sabendo que os intermediários enquadram-se entre os fornecedores e os consumidores (Lin, Lee, & Chen, 2009), a presente dissertação adota a seguinte classificação: Operadores

Turísticos, Agências de Viagens e outros agentes especializados, porém, devido à inexistência de uma distinção clara entre OT e AV na legislação Portuguesa, utiliza-se a denominação AVs para representar os intermediários em turismo.

Embora Law, Leung, Lo, Leung, e Fong (2015) mencionem que as agências de viagens pertencem ao modelo tradicional de distribuição em turismo, estas possuem várias tipologias (Figura 2). Primordialmente, as Grossistas estão associadas aos operadores turísticos que combinam diferentes bens e serviços dos fornecedores e organizam viagens de grupo ou coletivas, vendendo-as posteriormente, por intermédio da sua própria rede de distribuição ou através de agências de viagens (Cunha, 2003). Seguindo-se as retalhistas, estas geralmente vendem os produtos dos OTs, estabelecendo assim, a intermediação entre o consumidor e o fornecedor. Nesta categoria, as AVs podem ser recetoras (*incoming*) em que a sua principal atividade é a receção de turistas (exemplo: em nome de operadores ou vendendo excursões) e/ou emissoras (*outgoing*), incidindo maioritariamente na promoção de viagens para o estrangeiro e para o próprio território (Cunha, 2003). Por fim, existem agências de viagens generalistas ou especializadas. As especializadas, como o nome indica, especializam-se ou num produto ou num segmento do mercado, enquanto que as franchisadas empregam um conceito de negócio de uma AV já desenvolvido no mercado, utilizando assim, o nome e posicionamento de uma determinada marca.

Figura 2 – Principais intermediários da indústria turística.



Fonte: Adaptado de Costa et al (2014)

Os canais de distribuição em turismo têm funções específicas como Buhalis, (2000) e Cunha, (2003) referem:

- Disponibilização de pontos de venda;
- Identificação das necessidades e pedidos dos consumidores;
- Prestação de informações sobre viagens (distribuição de brochuras e folhetos, orientação, consultoria);
- Emissão e entrega da documentação relativa à viagem (bilhetes, vouchers, etc);
- Fornecimento de serviços suplementares (*transfers*, seguros de viagem, vistos e passaportes, trocas cambiais);
- Intermediação da comunicação entre consumidores e fornecedores (em ambientes multilíngues e multiculturais);
- Prestação de informações de marketing aos fornecedores;
- Gestão de vendas e recepção de fundos.

Ujma (2001), baseando-se na literatura e nas diretivas europeias, apresenta uma caracterização destes intermediários (Tabela 3), dividindo-os em “Organizadores” (operadores turísticos) e “Retalhistas” (agências de viagens).

Tabela 3 – Caracterização das atividades dos OT e AV.

Organizadores (operadores turísticos)	<ul style="list-style-type: none">- Organizações que combinam serviços de viagem individuais (como transportes e alojamento) provenientes dos seus fornecedores (como hotéis) vendendo-os, com margem de lucro, em forma de pacotes de viagem ou “tours” diretamente ou através de intermediários;- Organizações que planeiam, organizam, financiam e vendem um pacote completo de férias, que inclui transporte, alojamento e alimentação.
Retalhistas (Agências de Viagens)	<ul style="list-style-type: none">- Agências que vendem serviços de viagens em nome de fornecedores/operadores turísticos em troca de uma comissão. Fornecem ainda, serviços auxiliares, como a obtenção de passaportes e vistos, cheques de viagens, troca de moeda/dinheiro estrangeiro e seguros de viagem.

Fonte: Adaptado de Ujma (2001).

Segundo a UNWTO (2008), as AV têm como principais atividades, a venda de serviços de viagens (como excursões, transporte e alojamento) para os consumidores em geral ou para clientes comerciais. Por outro lado, cabe aos operadores turísticos organizar e constituir pacotes de viagens (dois ou mais serviços de viagem) que são vendidos diretamente aos consumidores ou através de agências de viagens.

2.3 Regulamentação das agências de viagens em Portugal

Em Portugal, o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo é regulamentado pelo Decreto-Lei n.º 17/2018 de 8 de março (que transpõe a Diretiva UE - 2015/2302). Não fazendo distinção entre OT e AV, “uma vez que as atividades que uns e outros podem desenvolver são as mesmas” (Cunha, 2003, p. 294). O decreto-lei referido apresenta, no artigo 2º, as definições que considera para o setor das agências de viagens e turismo, conforme se pode constatar na Tabela 4.

Tabela 4 – Principais definições para o setor das agências de viagens e turismo.

Denominação	Definição
Operador	«qualquer pessoa singular ou coletiva, pública ou privada, que, nos contratos abrangidos pelo presente decreto-lei, atue, inclusive através de outra pessoa que atue em seu nome ou por sua conta, para fins relativos à sua atividade comercial, empresarial, artesanal ou profissional, quer atue como organizador, retalhista, operador que facilita serviços de viagem conexos ou como prestador de um serviço de viagem» (artigo 2º, alínea h);
Organizador	«qualquer operador que combine, venda ou proponha para venda viagens organizadas, diretamente, por intermédio de outro operador ou conjuntamente com outro operador, ou o operador que transmite os dados do viajante a outro operador» (artigo 2º, alínea i);
Retalhista	«um operador distinto do organizador que venda ou proponha para venda viagens organizadas combinadas por um organizador» (artigo 2º, alínea l);
Agências de viagens e turismo	«as pessoas singulares ou coletivas que atuem como operador e desenvolvam as atividades referidas no n.º 1 do 3º artigo» (Tabela 4);

Fonte: Decreto-Lei n.º 17/2018 de 8 de março.

Assim sendo, as agências de viagens têm como função a venda de serviços de turismo em que, de acordo com a legislação portuguesa, as atividades desenvolvidas dividem-se em dois tipos de atividades: atividades principais e atividades acessórias (Tabela 5). Relativamente às atividades principais, resumidamente, estas baseiam-se na organização de pacotes turísticos e intermediação na venda de pacotes turísticos e de outros produtos turísticos, como por exemplo, a venda e reserva de serviços de alojamento e transporte. As atividades acessórias relacionam-se com a venda e reserva de serviços complementares e necessários para a realização da viagem (exemplo: intermediação de seguros e contratos de aluguer de veículos, obtenção de documentos, bilhetes para espetáculos e atrações, entre outras).

Tabela 5 – Atividades das agências de viagens e turismo

Atividades principais	Atividades acessórias
<p>Organização e venda de viagens organizadas e a facilitação de serviços de viagem conexos, quando o facilitador receba pagamentos do viajante, respeitantes aos serviços prestados por terceiros.</p> <p>Representação de outras agências de viagens e turismo, nacionais ou estrangeiras, bem como a intermediação na venda dos respetivos produtos.</p> <p>Reserva de serviços em empreendimentos turísticos e em estabelecimentos de alojamento local.</p> <p>Venda de bilhetes e reserva de lugares em qualquer meio de transporte.</p> <p>Receção, transferência e assistência a turistas</p>	<p>Obtenção de certificados coletivos de identidade, vistos ou outros documentos necessários à realização de uma viagem.</p> <p>Organização de congressos e de eventos semelhantes.</p> <p>Reserva e venda de bilhetes para espetáculos e outras manifestações públicas.</p> <p>Realização de operações cambiais para uso exclusivo dos clientes, de acordo com as normas reguladoras da atividade cambial.</p> <p>Intermediação na celebração de contratos de aluguer de veículos de passageiros sem condutor.</p> <p>Comercialização de seguros de viagem e de bagagem em conjugação e no âmbito de outros serviços por si prestados, sem prejuízo do previsto no diploma que regula as condições de acesso e de exercício da atividade de mediação de seguros ou de resseguros¹.</p> <p>Transporte turístico efetuado no âmbito de uma viagem turística, nos termos definidos no artigo 13.^{o2}</p> <p>Venda de guias turísticos e de publicações semelhantes.</p> <p>Prestação de serviços ligados ao acolhimento turístico, nomeadamente a organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico.</p>

Fonte: Elaborada com base no Decreto-Lei n.º 17/2018 de 8 de março.

¹ - É o contrato pelo qual uma Seguradora, mediante um determinado Prémio, (res)segura, em parte ou na totalidade, os riscos que assumiu, junto de outra Empresa de Seguros.

² - Artigo relativo ao Transporte Público Rodoviário.

2.4 A importância dos intermediários em turismo

Fazendo a ponte entre oferta e a procura, a distribuição pode ser um fator crucial em termos de competitividade na indústria turística (Buhalis & Laws, 2001), uma vez que os canais de distribuição são um dos elementos fundamentais do *marketing-mix*, isto é, servem de elo de ligação entre os fornecedores de produtos turísticos e os seus consumidores finais (Gartner & Bachri, 1994; Kracht & Wang, 2010).

Neste sentido, tendo em conta as funções e atividades das AVs, estas acabam por ser um “*player*” preponderante no sistema de distribuição do turismo. Como intermediários, as AV têm a missão de melhorar e facilitar a coordenação, criando assim valor no canal de distribuição (Kanellou, 2000; Lee & Cranage, 2017), uma vez que, não só se envolvem no processo de montagem, adaptação e transação de um conjunto de serviços (pacotes), como, também, permitem o acesso dos fornecedores a um mercado, ao mesmo tempo que disponibilizam um local para o consumidor adquirir esses serviços de viagem (Lee & Cranage, 2017; Ujma, 2001).

Para Ujma (2001), a relevância dos intermediários no canal de distribuição, como um processo económico, pode-se explicar em quatro contributos:

- Contribuem para aumentar a eficiência do processo de troca;
- Executam transações constantemente (de forma rotineira);
- Podem ajustar as quantidades e variedades produzidas em função das consumidas;
- Facilitam o processo de pesquisa de produtos turísticos por parte dos potenciais visitantes.

Apesar de a utilização de intermediários em turismo proporcionar benefícios económicos, estes não se limitam apenas à área económica, existindo outros potenciais benefícios tanto para os fornecedores de produtos turísticos como para os consumidores (Tabela 6). Para os fornecedores, os intermediários poderão proporcionar um aumento da visibilidade e abrangência do mercado, enquanto que para os consumidores, os intermediários permitem um contato e disponibilização de informação de forma mais direta e personalizada.

Tabela 6 – Potenciais benefícios da utilização de intermediários em turismo

Para os fornecedores de produtos turísticos	Para os consumidores de produtos turísticos (visitantes)
<p>Maior cobertura do mercado. Poupança de custos em promoção. Pagamento adiantado de uma parte da verba do negócio. Gama de produtos mais ampla. Conhecimento do mercado.</p>	<p>Aconselhamento profissional e especializado (agente de viagens). Maior variedade de portfólio, uma vez que o intermediário dispõe de diferentes fornecedores, e pode combinar produtos de vários fornecedores. Ajuste do preço e personalização dos itinerários em função do orçamento disponível do cliente (vários fornecedores e várias combinações possíveis). Maior conveniência no processo de compra. Existir um único pagamento para vários produtos.</p>

Fonte: Salvado (2009); Ujma (2001).

Kanellou (2000), na sua análise às etapas de intermediação na indústria do turismo, refere que o papel do intermediário tem sido importante ao longo do desenvolvimento e crescimento do setor do turismo. Ainda, assim, salienta a capacidade de os intermediários se adaptarem às constantes mudanças no turismo, nomeadamente as tecnológicas, visto que, quando ocorre a introdução de novas tecnologias no setor, altera-se todo o sistema de distribuição e até o papel dos intermediários, no entanto, essa mudança não leva à desintermediação.

Na verdade, tradicionalmente, as agências de viagens visam o contato mais direto possível com o cliente em instalações físicas e atendimentos presenciais ao balcão. Contudo, observou-se uma mudança de paradigma, que derivado do crescimento da indústria turística, foi necessário adotar novas tecnologias de informação, comunicação e comercialização (Law, Leung, & Wong, 2004). Fazendo a internet parte dessas tecnologias, esta veio revolucionar, quer os canais de comunicação quer os de distribuição. Como consequência, incitou o surgimento de novos intermediários eletrônicos (*eMediaries*) no setor do turismo (como por exemplo agências de viagens *online*/ baseadas na *web*) (Buhalis E Licata, 2002).

Se por um lado, Law et al (2004) referem que a Internet é um meio de as agências de viagens venderem os seus produtos globalmente e a qualquer momento, por outro, realça que também o seu futuro fica incerto devido ao aumento da concorrência. O estudo de Buhalis e Licata

(2002) permite ilustrar algumas vantagens e desvantagens da Internet para as empresas de viagens, revelando que esta veio alterar os hábitos de consumo de viagens. Os resultados deste estudo revelaram que 50% dos inquiridos, ‘concorda plenamente’ que a Internet apresenta uma maior flexibilidade e conveniência. Porém, 33,3% “concorda” que a Internet é uma desvantagem pela falta de contato humano durante as transações, apesar de 46,6% concordar que a Internet potencia uma maior interação com o cliente. Não obstante, os resultados também revelaram que 36,6 % dos inquiridos ‘concorda’ que a Internet torna mais fácil identificar e segmentar a base de clientes, contrariando a ideia de que a Internet pode contribuir para a venda de produtos padronizados em vez de produtos desenhados à medida, ou que a Internet torna difícil comercializar os produtos efetivamente (30% e 46% respetivamente “discorda totalmente”).

Por sua vez, Law, Leung, e Wong (2004), baseados em outros estudos, destacam que em vez de as agências de viagens desempenharem um papel de apenas “agência de reservas”, podem utilizar a sua presença *online* como se de atendimento presencial se trate e assim utilizar o seu ponto mais forte: providenciar informação e conselhos personalizados. A afirmação anterior é apoiada, tanto pelos resultados obtidos por Buhalis e Licata (2002), como pelo seu estudo, visto que, os inquiridos concordam que os “agentes de viagens oferecem um toque humano e uma interface humana com a indústria” em que, os “agentes de viagens são consultores profissionais e oferecem serviços e conselhos valiosos” apesar de “a tecnologia, particularmente a Internet, permitir que os clientes realizem a maioria das funções de pesquisa e compra de viagens de forma conveniente” (Law et al., 2004, pp. 104-105).

2.5 Conclusão

O sistema de distribuição em turismo é composto por fornecedores, intermediários e consumidores. Os principais intermediários neste sistema são os operadores turísticos e as agências de viagens. No entanto, estes intermediários poderão ser também fornecedores de produtos turísticos (exemplo: criação e venda de pacotes turísticos). Por um lado, existem os operadores turísticos que têm como principais funções criar e promover pacotes de viagens. Por outro lado, existem as AVs que disponibilizam esses pacotes adaptando-os de acordo com as necessidades do consumidor.

Uma grande vantagem destes intermediários é o conhecimento do mercado turístico, tornando-os também numa importante fonte de informação e pilar de desenvolvimento da indústria do turismo. Ainda assim, a literatura salienta os benefícios na presença e utilização de intermediários no turismo, destacando-se os económicos e as vantagens para os consumidores, uma vez que, têm a capacidade quer de negociação quer de se adaptarem às novas tendências do mercado. Tendências essas que resultam da grande dinâmica do setor do turismo, que leva a adaptações constantes por parte de todos os intervenientes nesta indústria. Especialmente a inovação e a introdução das novas tecnologias como a Internet, alteraram por completo as estratégias de informação, comunicação e comercialização das empresas turísticas.

Apresentando vantagens e desvantagens, a Internet acaba por ser um canal que veio alterar os hábitos dos consumidores e a forma de comercialização das agências de viagens. Este desenvolvimento levou a que se alterassem e surgissem novos modelos de negócio, visto que, passaram a existir agências de viagens que só operam *online*, outras que operam *online* e têm balcões físicos de atendimento e ainda as que só possuem balcões físicos de atendimento, mantendo o modelo de negócio mais tradicional.

Perante os argumentos apresentados neste capítulo, é possível concluir que os intermediários, quer físicos quer virtuais, desempenham um papel fundamental no planeamento e comercialização das viagens turísticas, contribuindo também para o desenvolvimento e progresso da indústria.

Capítulo 3 – Turismo Acessível

3.1 Introdução

Com o crescimento do turismo a nível internacional, têm surgido diversas decisões políticas e estratégias da indústria para um turismo que possa ser desfrutado igualmente por todos, independentemente das capacidades ou restrições de cada um (UNWTO, 2016c). Essa motivação não está apenas relacionada com considerações a nível ético ou social, uma vez que, para Pühretmair (2006) as alterações demográficas na sociedade têm e terão um impacto significativo na indústria turística, argumento que suporta um turismo mais acessível.

Não obstante, tornar os produtos e serviços turísticos o mais acessível possível, facilitando as viagens turísticas, não beneficia apenas as Pessoas Com Incapacidades (PCI), mas também constitui um fator importante de qualquer política de desenvolvimento do turismo responsável, tornando o turismo mais acessível e abrangente à população de forma geral (Pühretmair, 2006; UNWTO, 2016b).

De forma a perceber o papel dos intermediários na promoção do turismo acessível é importante, numa primeira fase, definir turismo acessível. Assim sendo, neste capítulo é abordado o tema de turismo acessível (TA), nomeadamente a evolução do conceito, a sua relevância e uma breve caracterização dos segmentos que integram este mercado.

3.2 Conceito e relevância

A associação entre os termos turismo e acessibilidade surge na Declaração de Manila em 1980 e no relatório “Turismo para Todos”, em 1989, no Reino Unido. Estes documentos evidenciam a importância de se desenvolver um turismo inclusivo e acessível a todos, impulsionando, assim, um conjunto de eventos e ações (Tabela 7) que constituem alguns dos pontos históricos no TA. Para além da Declaração de Manila, que reconhece o papel do turismo na qualidade de vida e desenvolvimento humano, destacam-se também o Código Mundial de Ética para o Turismo e a Convenção Internacional sobre os Direitos das PCI, que contribuíram para a criação de políticas e recomendações (direitos e deveres), que visam um setor turístico mais responsável e inclusivo.

Na verdade, designado muitas vezes também por “Turismo sem barreiras”, “Turismo Universal”, “Turismo de Acesso” e “Turismo Inclusivo”, o conceito de TA não apresenta um consenso universal nem existe a aceitação de uma definição única (ENAT, 2018; UNESCAP, 2009; UNWTO, 2016c). Resumidamente, o conceito de TA visa a adaptação dos ambientes, produtos e serviços turísticos de forma a possibilitar o acesso, o uso e aproveitamento, independentemente das capacidades, do estatuto ou condição das pessoas, tendo em conta o *Design Universal* (UNWTO, 2016c, 2016a).

Tabela 7 – Alguns dos principais marcos históricos no Turismo Acessível.

Ano	Regulamentos, declarações e outros documentos	Sumário
1980	Declaração de Manila	Reconheceu o turismo como um veículo importante para o desenvolvimento humano e um direito fundamental para a qualidade de vida. Recomendou aos Estados-Membros a regulação dos serviços turísticos, de maneira a proporcionar um melhor acesso prático, eficaz e não discriminatório às atividades turísticas.
1981	Declaração do dia internacional das Pessoas com Incapacidade	Pretendeu chamar à atenção e contribuir para uma mudança de atitudes em relação às PCI.
1991	Resolução A/RES/284(IX), Madrid.	Integra sugestões e manuais para guiar os Estados-Membros na regulamentação e legislação dos serviços turísticos.
1991	Artigo da UNWTO: “Criando Oportunidades Turísticas para Pessoas com deficiência nos anos noventa”	Apresentou a definição de PCI e o problema das barreiras no turismo.
1993	Normas de referência sobre a Igualdade de Oportunidades para Pessoas com Deficiências	Recomenda a implementação de políticas direcionadas para a igualdade de direitos das PCI (requisitos para a igualdade de participação; áreas previstas para a igualdade de participação; medidas de execução).

Fonte: Elaborado com base em UNWTO, (2016c).

Tabela 7 – Alguns dos principais marcos históricos no Turismo Acessível (continuação).

Ano	Regulamentos, declarações e outros documentos	Sumário
1999	Código Mundial de Ética para o Turismo	Define os direitos e deveres dos <i>stakeholders</i> do turismo. Destaque para o 7º Artigo - ponto 4: “Famílias, jovens, o turismo sénior bem como o turismo para PCI deve ser encorajado e facilitado”.
2005	Resolução A/RES/492(XVI)/10 – “Turismo Acessível para todos”	Atualização da resolução A/RES/284(IX). Este documento explica, em detalhe, os requisitos de acessibilidade que os serviços turísticos devem ter.
2006	Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência	Reconheceu o direito à participação na vida cultural, atividades recreativas, lazer e desporto.
2009	Declaração sobre a facilitação de viagens turísticas	Recomenda os Estados-Membros a comprometerem-se na consideração prioritária de medidas destinadas a facilitar as viagens turísticas e a incentivar todos os <i>stakeholders</i> do turismo e a fazê-lo especialmente nas seguintes áreas: Conselhos de viagem; emissão de vistos; Viagens turísticas para PCI; Viagens turísticas por pessoas afetadas pelo vírus HIV.
2011	Acordo de colaboração entre a UNWTO, a Fundação <i>Organización Nacional de Ciegos de España</i> (ONCE) e a <i>European Network for Accessible Tourism</i> (ENAT)	Este acordo tem como objetivo promover a inclusão social das PCI.
2013	Resolução (A/RES/637(XX))	Documento resultante da colaboração iniciada em 2011 entre a UNWTO, A Fundação ONCE e a ENAT, com recomendações gerais sobre o Turismo Acessível.

Fonte: Elaborado com base em UNWTO, (2016c).

Todavia, o conceito de TA sofreu alterações nos últimos tempos, conforme se pode observar na Tabela 8. Primordialmente, as definições tanto de Grünewald et al. (1996) como de Darcy (2006), associam o conceito a um tipo restrito de pessoas, nomeadamente com incapacidades. Mais tarde, a *Economic and Social Commission for Asia and the Pacific* (2009), aborda pela primeira vez o englobamento de todas as pessoas, isto é, o TA destina-se a pessoas com ou sem incapacidade. Por fim, Darcy e Dickson (2009) bem como Agnes et al. (2010) apresentam definições mais abrangentes e completas, revelando uma adaptação e maturação do conceito ao longo do tempo, quanto ao público-alvo, aos objetivos e às ferramentas utilizadas, uma vez que este conceito passou a considerar não apenas a acessibilidade para as PCI como também passou a incluir todas as pessoas, como objetivo de uma maior inclusão e consequentemente contribuir para um turismo de qualidade (UNWTO, 2016c).

Tabela 8 – Evolução do conceito de TA.

Ano	Autor(es)	Definição
1996	Grünewald et al. (1996)	Uma série de atividades realizadas durante o tempo livre dedicado ao turismo, por pessoas com capacidades restritas, que possibilitam a total integração funcional e psicológica, bem como um sentimento de satisfação individual e social.
2006	Darcy (2006)	Um processo que permite aos idosos e a pessoas com deficiência, usufruir de forma independente e com equidade e dignidade através da entrega de produtos e serviços turísticos considerando um <i>design</i> universal.
2009	<i>Economic and Social Commission for Asia and the Pacific</i> (2009) - declaração de Takayama sobre o “Desenvolvimento da Comunidade para Todos”	Forma de turismo e viagens acessíveis para todas as pessoas com ou sem incapacidade, na qual, as pessoas com incapacidades ao nível da mobilidade, audição, visão, desenvolvimento cognitivo ou intelectual e psicossocial, idosos e pessoas com incapacidades temporárias.

Fonte: Adaptado de UNWTO (2016b).

Tabela 8 – Evolução do conceito de TA (continuação).

Ano	Autor(es)	Definição
2009	Darcy e Dickson	permite às pessoas com necessidades de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas, andarem de forma independente e com equidade e dignidade através da disponibilização de ambientes, serviços e produtos turísticos projetados universalmente. Inclui pessoas com incapacidades temporárias e permanentes, idosos, obesos, famílias com bebês.
2010	Agnes et al. (2010)	O turismo acessível é o esforço contínuo para garantir que os destinos turísticos, produtos e serviços sejam acessíveis a todas as pessoas, independentemente das suas limitações físicas, incapacidades ou idade. Engloba locais turísticos públicos e privados. As melhorias não só beneficiam pessoas com deficiências físicas permanentes, mas também pais com filhos pequenos, viajantes idosos, pessoas com lesões temporárias, como uma perna quebrada, bem como seus companheiros de viagem.

Fonte: Adaptado de UNWTO (2016b).

Em síntese, tanto a UNWTO (2016b) como a comunidade académica (exemplos: Darcy, Cameron & Pegg, 2010; Michopoulou, Darcy, Ambrose, & Buhalis 2015) utilizam a definição de TA proposta por Darcy e Dickson (2009), justificando que os autores tentam apresentar um conceito consensual, universal e o mais inclusivo possível. Portanto, neste projeto de investigação considera-se turismo acessível como sendo o tipo de turismo que

“permite às pessoas com necessidades de acesso, incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas, andarem de forma independente e com equidade e dignidade através da disponibilização de ambientes, serviços e produtos turísticos projetados universalmente. Inclui pessoas com incapacidades temporárias e permanentes, idosos, obesos, famílias com bebês” (Darcy & Dickson, 2009, pp. 34, tradução nossa).

3.3 Caracterização dos segmentos

Um dos segmentos que integra o turismo acessível são as PCI. De acordo com a UNWTO, as PCI são:

“todas as pessoas que, devido ao ambiente em que se encontram, sofrem uma limitação na sua capacidade relacional e têm necessidades especiais durante as suas viagens, no alojamento e outros serviços turísticos, particularmente indivíduos com incapacidades físicas, sensoriais e intelectuais ou outras condições médicas que carecem de cuidados especiais, como pessoas idosas e outras que necessitam de assistência temporária” (UNWTO, 2016b, p. 69).

Todavia, Card et al. (2006) destacam que os censos nos Estados Unidos em 2000, categorizavam os tipos de incapacidade em físicas, mentais, sensoriais e de autocuidado. Já Kim e Lehto (2012), baseando-se nas categorias utilizadas pela União Europeia, às categorias mencionadas anteriormente, adicionam a categoria de dificuldade ao nível da aprendizagem.

Por outro lado, Ozturk et al. (2008), na aplicação do seu questionário aos consumidores dos hotéis e agências de viagens, categorizam-nos em pessoas com problemas em caminhar, com problemas na audição e fala, com problemas mentais, com problemas relacionados com asma e alergias, pessoas cegas e pessoas com outros tipos de incapacidade. Também Bowtell (2015), para além das categorias anteriores e de acordo com a OSSATE³, integra a população acima dos 65 anos de idade, ou seja os seniores no mercado do turismo acessível.

Neste sentido, na Tabela 9 estão apresentados os tipos de incapacidade abordados em alguns estudos científicos. De salientar que de todos os tipos de incapacidade, a que tem merecido mais atenção na literatura é a incapacidade física (Takeda & Card, 2002; McKercher, Packer, Yau & Lam, 2003; Card, Cole & Humphrey, 2006; Ozturk, Yayli & Yesiltas, 2008; Kim & Lehto, 2012; Patterson, Darcy & Mönninghoff, 2012; Bowtell, 2015).

³ One-Stop-Shop for Accessible Tourism in Europe

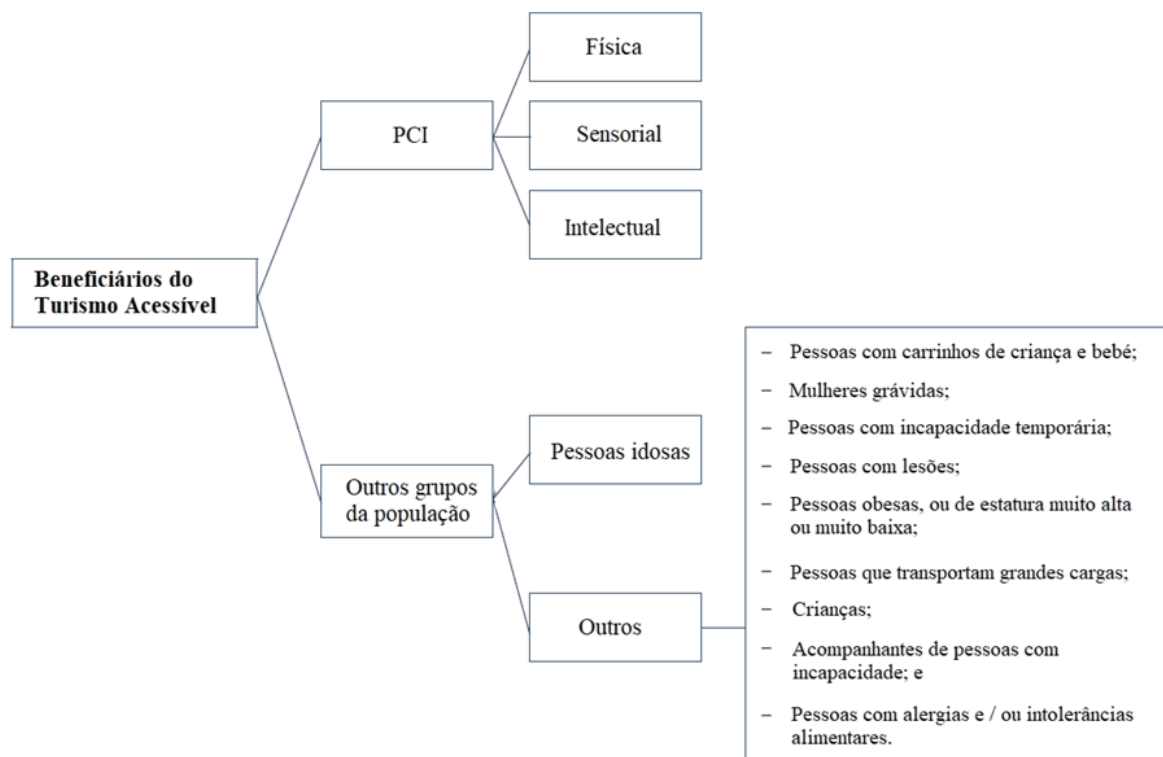
Tabela 9 – Tipos de incapacidades estudados em alguns dos artigos publicados no âmbito do turismo acessível

Autor (Ano)	Tipo de Incapacidade				
	Física	Auditiva	Visual	Mental	Outros
Takeda e Card (2002)	X				
McKercher et al (2003)	X	X			
Card et al (2006)	X				
Ozturk et al (2008)	X				
Kim & Lehto (2012)	X	X	X	X	
Patterson et al (2012)	X				
Schitko & Losekoot (2012)					X
Bowtell (2015)	X	X	X	X	X
Özogul & Baran (2016)					X
Domínguez Vila et al (2018)					X

Não obstante, a UNWTO considera que o TA não beneficia só as pessoas com incapacidades, abrangendo também os outros grupos da população. como se pode constatar na Figura 3. O grupo das PCI inclui pessoas com incapacidade física (reduzida capacidade de movimento que dificulta atividades motoras convencionais), pessoas com incapacidade a nível sensorial (incapacidade visual, auditiva e da fala) e pessoas com incapacidade intelectual (funções mentais superiores reduzidas).

Relativamente aos outros grupos da população, para além dos seniores, enquadram-se também as pessoas que de alguma forma apresentam problemas de acessibilidade (temporária ou definitiva) derivados de acidentes, doenças ou decisões pessoais que influenciam a forma como se relacionam com o ambiente (por exemplo: grávidas, pessoas com obesidade, pessoas com crianças e bebés).

Figura 3 – Segmentos do TA segundo a UNWTO.



Fonte: Adaptado de UNWTO (2016b).

3.4 Conclusão

Em suma, o TA é um tipo de turismo mais inclusivo e colaborativo que permite às pessoas com necessidades específicas de acesso (incluindo mobilidade, visão, audição e dimensões cognitivas), usufruírem de forma independente e com equidade e dignidade, produtos e serviços turísticos (UNWTO, 2016b).

Para além de beneficiar as PCI, o turismo acessível também poderá beneficiar toda a população de um destino, uma vez que pode contribuir para o desenvolvimento e aumento da qualidade de vida quer dos residentes locais quer dos turistas quando usufruem das atividades turísticas. Ainda assim, a incapacidade física é a mais abordada na comunidade científica, apesar de o TA compreender diversos segmentos. Por fim, a acessibilidade de um destino, pode ser considerada um fator de competitividade e qualidade do turismo, visto que, o turismo acessível é um mercado com enorme potencial e em expansão.

Capítulo 4 – O papel dos intermediários na promoção do Turismo Acessível

4.1 Introdução

Como se pode constatar nos capítulos anteriores, a importância dos intermediários no setor do turismo é extremamente relevante, como por exemplo, na promoção de um destino turístico. Consequentemente, a sua associação e interação com os consumidores é quase inevitável, uma vez que, têm funções de informação e comunicação. Assim, a comunicação e informação tornam-se importantes entre os intermediários em turismo (operadores turísticos e agências de viagens) e os clientes, como comprovam os resultados do estudo de Lin et al. (2009a). Estes autores demonstram que dos vários critérios de análise da performance de um intermediário de viagens, a “informação completa antes da viagem” é o critério que os consumidores atribuem mais relevância.

No entanto, a acessibilidade deve-se considerar em todas as etapas de uma viagem turística, desde a planificação e transporte, até ao acesso dos espaços, sejam públicos ou privados, incluindo atrações turísticas ou outras infraestruturas e instalações. Considerando todas essas etapas, surge associado ao TA o conceito de “Design Universal”, que visa o desenho de produtos, ambientes, programas e serviços que permita a utilização de todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou de um *design* especializado (UNWTO, 2013).

Contudo, dado que o mercado do turismo acessível tem características e necessidades especiais, os intermediários devem primeiramente tentar responder a essas especificidades para promover e sustentar o TA. Assim sendo, este capítulo procura perceber que requisitos são exigidos aos intermediários em termos de acessibilidade e que barreiras se encontram na prática do turismo acessível associadas aos intermediários em turismo, especialmente às AV.

4.2 Requisitos dos intermediários em termos de acessibilidade

Por forma a que as PCI possam viajar e usufruir das atividades turísticas, vários autores defendem que a indústria turística deve ter em conta os seguintes requisitos relativamente a

este mercado (Buhalis & Michopoulou, 2011; Michopoulou & Buhalis, 2013; Pühretmair & Buhalis, 2008):

- A acessibilidade física / infraestruturas;
- Informações sobre a acessibilidade;
- Informações acessíveis *online*.

O primeiro requisito, relaciona-se com a acessibilidade física a uma infraestrutura/ edifício ou ao ambiente externo (exemplo: ruas/passeios, existência de escadas em vez de rampas, etc), bem como a acessibilidade dos serviços turísticos (permitir o acesso a hotéis, restaurantes, museus, etc) (Pühretmair & Buhalis, 2008).

Em Portugal, do ponto de vista legal, não existe legislação específica relativa à acessibilidade física das agências de viagens, embora o Decreto-Lei nº 163/2006 aprove o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais. Por outro lado, a UNWTO, publicou um conjunto de recomendações ao nível da acessibilidade física (UNWTO, 2015c), quer nos transportes quer no acesso aos espaços que poderão ser utilizadas para identificar um conjunto de requisitos que deverão ser satisfeitos pelos espaços físicos das AV.

Sendo o transporte e os meios utilizados para se viajar uma componente muito importante no setor do turismo, é essencial garantir a acessibilidade dos locais de trânsito de turistas (terminais, estações, paragens dos transportes coletivos na via pública e áreas de estacionamento), através de estacionamento, percurso e entradas acessíveis (UNWTO, 2015c). Relativamente ao acesso aos espaços (sejam eles urbanos, rurais ou naturais), as recomendações dividem-se em espaços comuns (como por exemplo: áreas de estacionamento e casas de banho públicas) e em espaços específicos (exemplo: alojamento, restauração e atrações turísticas).

Em termos de acesso aos edifícios e estabelecimentos, estes devem dispor de pelo menos um percurso, designado de acessível, para pessoas com mobilidade condicionada, não negligenciando o percurso até estes, ou seja, devem ser servidos por uma rede de percursos

pedonais acessíveis, incluindo passeios, caminhos e passagens de peões (à superfície ou desniveladas), escadarias, escadarias em rampa e rampas com a presença de corrimãos (DL 163/2006).

Ao nível da sinalização e orientação, devem sinalizar-se as entradas/saídas acessíveis, os percursos acessíveis, os lugares de estacionamento reservados e instalações sanitárias de utilização geral acessíveis (obedecendo a um conjunto de critérios) para pessoas com mobilidade condicionada (DL 163/2006). No entanto, ao serem acessíveis, os locais têm de ser sinalizados, na qual, existe o Símbolo Internacional De Acessibilidade (Figura 4), que permite, a nível internacional, identificar a acessibilidade de um local ou objeto.

Figura 4 – Símbolo Internacional De Acessibilidade.



Fonte: DL 163/2006.

Na verdade, a acessibilidade física acaba por ser o requisito base que todos os operadores turísticos e agências de viagens devem ter em conta, porém, Michopoulou e Buhalis (2013), destacam que apesar de em muitos países existir legislação que estabelece os requisitos mínimos para assegurar a acessibilidade de edifícios, muitas das vezes, a informação acerca da acessibilidade destes é inexistente ou descurada, dificultando a obtenção dessas informações na fase de planeamento da viagem. Não obstante, o segundo requisito é considerado também como fundamental para o mercado do TA (Buhalis & Michopoulou, 2011), uma vez que diz respeito à disponibilização de informação sobre a acessibilidade, isto é, fornecer informação inclusiva, detalhada e fidedigna, de modo a atender às necessidades deste mercado (Michopoulou & Buhalis, 2013; Pühretmair & Buhalis, 2008).

Em suma, de maneira a providenciar informações sobre a acessibilidade, deve-se ter em conta os seguintes requisitos (Michopoulou & Buhalis, 2013):

- Informações sobre instalações acessíveis;
- Rigor e riqueza da informação;
- Quanto maior o grau de incapacidade, mais informações são necessárias;
- Informação fidedigna;
- Medidas reais e objetivas.

Por fim, o último requisito para o mercado do TA, referenciado na literatura, está relacionado com a apresentação e disponibilização acessível da informação, nomeadamente, a informação *online*. Ora, sendo a Internet uma das principais fontes de informação a que se recorre quando se pretende realizar uma viagem e sendo relevante, nos dias de hoje, o “*word-of-mouth online*”, um dos mecanismos de comunicação com maior impacto nos dias de hoje, é importante garantir a acessibilidade quer dos *websites* quer da informação nela apresentada.

A acessibilidade de uma página *Web/ website*, significa que as PCI (e não só) possam aceder à Internet, de forma a perceber, entender e navegar pelo conteúdo, adicionar o seu próprio conteúdo e comunicar com os outros utilizadores da Internet. Isto implica flexibilidade no design e software de uma página web, permitindo assim, o uso de Tecnologias de Apoio⁴ (TA) ou assistência (exemplo: programas de reconhecimento de voz e sintetizadores de Braille) para todo o tipo de incapacidades ou necessidades (Radosav, Karuovic, Markoski, & Ivankovic, 2011; Vila, González, & Darcy, 2017). Neste sentido, muitas foram as recomendações, leis e legislações adotadas para promover uma maior acessibilidade na internet, porém as recomendações mais importantes e utilizadas são “As Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web” (WCAG) desenvolvidas pelo *World Wide Web Consortium* (W3C), que visam apresentar um conjunto de conselhos para ajudar os

⁴ é qualquer dispositivo, equipamento ou sistema – adquirido comercialmente, modificado ou personalizado – usado para aumentar, manter ou melhorar as capacidades funcionais de um indivíduo com deficiência, como por exemplo: teclado de conceitos, *trackball/ joystick* e sistema de seguimento do olhar (Encarnação, Azevedo & Londral, 2015).

responsáveis pelo desenvolvimento (criadores) de *websites* a tornar o conteúdo da Web mais acessível para as PCI.

A primeira versão das diretrizes referidas foi publicada a 5 de maio de 1999 (WCAG 1.0), seguindo-se o WCAG 2.0 (dezembro de 2008) e a versão mais recente (WCAG 2.1) foi publicada a 5 de junho de 2018. O WCAG (Tabela 10) divide-se em quatro princípios gerais (*percetível, operável, compreensível e robusto*), seguidos de 13 Diretrizes. Cada Diretriz, pode ser testada e avaliada de acordo com os Critérios de Sucesso, definidos em três níveis de conformidade: A (o mais baixo), AA e AAA (o mais elevado) (W3C, 2018).

Assim sendo, os princípios que fundamentam a acessibilidade da web definem-se (W3C, 2018) da seguinte forma:

- Percetível – a informação e os componentes da interface de utilizador têm de ser apresentados aos utilizadores em formas que eles possam percecionar;
- Operável – os componentes da interface de utilizador e a navegação têm de ser operáveis;
- Compreensível – a informação e a operação da interface de utilizador têm de ser compreensíveis;
- Robusto – o conteúdo tem de ser robusto o suficiente para poder ser interpretado de forma fiável por diversos tipos de utilizadores, incluindo tecnologias de apoio.

Tabela 10 – Estrutura do WCAG 2.1 dividida por princípios, diretrizes, critérios de sucesso e nível de conformidade.

Princípios	Diretrizes	CrITÉrios de Sucesso – NÍvel de Conformidade
Perceptível	1.1 Alternativas em texto	1.1.1 Conteúdo não textual – A
	1.2 Multimédia Baseada no Tempo	1.2.1 Apenas áudio e apenas vídeo – A 1.2.2 Legendas (pré-gravada) – A 1.2.3 Áudio-descrição ou alternativa em multimédia – A 1.2.4 Legendas (em direto) – AA 1.2.5 Áudio-descrição (pré-gravada) – AA 1.2.6 Língua gestual (Pré-gravada) – AAA 1.2.7 Áudio-descrição alargada (Pré-gravada) – AAA 1.2.8 Alternativa em multimédia (Pré-gravada) – AAA 1.2.9 Apenas áudio (em direto) – AAA
	1.3 Adaptável	1.3.1 Informações e relações – A 1.3.2 Sequência com significação – A 1.3.3 Características sensoriais – A 1.3.4 Orientação – AA 1.3.5 Identificar propósito de entrada – AA 1.3.6 Identificar propósito – AA
	1.4 Discernível	1.4.1 Utilização da cor – A 1.4.2 Controlo de áudio – A 1.4.3 Contraste (mínimo) – A 1.4.4 Redimensionar texto – A 1.4.5 Imagens de texto – AA 1.4.6 Contraste (melhorado) – AAA 1.4.7 Som baixo ou sem som de fundo – AAA 1.4.8 Apresentação visual – AAA 1.4.9 Imagens de texto (Sem Exceção) – AAA 1.4.10 Refluxo – AA 1.4.11 Contraste de conteúdo não textual – AA 1.4.12 Espaçamento de texto – AA 1.4.13 Conteúdo em suspenso ou focado – AA
Operável	2.1 Acessível por Teclado	2.1.1 Teclado – A 2.1.2 Sem bloqueio do teclado – A 2.1.3 Teclado (sem exceção) – AAA 2.1.4 Teclas de atalhos para caracteres – AA
	2.2 Tempo suficiente	2.2.1 Ajustável por temporização – A 2.2.2 Colocar em pausa, parar, ocultar – A 2.2.3 Sem temporização – AAA 2.2.4 Interrupções – AAA 2.2.5 Nova autenticação – AAA 2.2.6 Descanso – AAA
	2.3 Ataques Epiléticos e Reações físicas	2.3.1 Três <i>flashes</i> ou abaixo do Limite – A 2.3.2 Três <i>flashes</i> – AAA 2.3.3 Animação de interações – AAA
	2.4 Navegável	2.4.1 Ignorar blocos – A 2.4.2 Página com título – A 2.4.3 Ordem do foco – A 2.4.4 Finalidade do <i>link</i> (em contexto) – A 2.4.5 Várias formas – AA 2.4.6 Cabeçalhos e etiquetas – AA 2.4.7 Foco visível – AA 2.4.8 Localização – AAA 2.4.9 Finalidade do <i>link</i> (apenas o <i>link</i>) – AAA 2.4.10 Cabeçalhos da secção – AAA
	2.5 Formas de Entrada	2.5.1 Gestos por toque – A 2.5.2 Cancelamento dos gestos – A 2.5.3 Rótulo do nome acessível – A 2.5.4 Ação do movimento – A 2.5.5 Tamanho da área clicável – AAA 2.5.6 Mecanismos de entrada simultâneos – AAA

Fonte: W3C (2018).

Tabela 10 – Estrutura do WCAG 2.1 dividida por Princípios, Diretrizes, Critérios de Sucesso e Nível de conformidade (continuação).

Princípios	Diretrizes	Critérios de Sucesso – Nível de Conformidade
Compreensível	3.1 Legível	3.1.1 Idioma da página – A 3.1.2 Linguagem de partes – AA 3.1.3 Palavras invulgares – AAA 3.1.4 Abreviaturas – AAA 3.1.5 Nível de leitura – AAA 3.1.6 Pronúncia – AAA
	3.2 Previsível	3.2.1 E foco – A 3.2.2 Em entrada – A 3.2.3 Navegação consistente – AA 3.2.4 Identificação consistente – AA 3.2.5 Alteração a pedido – AAA
	3.3 Assistência de Entrada	3.3.1 Identificação do erro – A 3.3.2 Etiquetas ou instruções – A 3.3.3 Sugestão de erro – AA 3.3.4 Prevenção de erros (legal, financeiro, dados) – AA 3.3.5 Ajuda – AAA 3.3.6 Prevenção de erros (todos) – AAA
Robusto	4.1 Compatibilidade	4.1.1 Análise – A 4.1.2 Nome, função, valor – A 4.1.3 Estado das mensagens – AA

Fonte: W3C (2018).

Todavia, uma pesquisa de alguns estudos publicados sobre o tema da acessibilidade de *websites* (utilizando ferramentas automáticas de avaliação), revelou resultados pouco satisfatórios quanto à adoção das referidas diretrizes. O estudo de Shi (2006), observou que a maioria das páginas iniciais (*homepages*) dos *websites* dos 66 centros de informação aos visitantes de *Queensland* (Austrália) falhou em pelo menos um ponto das medidas de acessibilidade na Web do W3C (WCAG 1.0), significando que os utilizadores com algum tipo de necessidade ou incapacidade terão dificuldades em aceder aos *websites*. Igualmente, Mills, Han, e Clay (2008) observaram que todos os 20 *websites* de alojamento turístico (a nível mundial) analisados, tinham pelo menos uma falha num ponto das WCAG 1.0 concluindo que, essas falhas identificadas, podiam dificultar a navegação rápida por utilizadores com incapacidade visual. Também no estudo de Kuzma, Yen, e Oestreicher (2009) os resultados da avaliação de 12 *websites* governamentais (da União Europeia, Ásia e África) concluíram que a grande maioria não estava em conformidade total com os padrões das WCAG 1.0.

Mais recentemente, foram encontrados três estudos relativos à análise da acessibilidade de *websites*: AkgÜL e Vatansever (2016); Vila et al. (2017); Vila et al. (2018). Em 2016, AkgÜL e Vatansever (2016) avaliaram a acessibilidade de cada um dos 25 *websites* do governo Turco com base nas WCAG 1.0 e 2.0, na qual, os resultados indicaram que as

barreiras de acessibilidade das WCAG 1.0 identificadas, estavam relacionada com a ausência de alternativas em texto (para elementos não-textuais) e a falha de alternativas estáticas para conteúdos dinâmicos. Por outro lado, o estudo de Vila et al. (2017) sobre a análise da acessibilidade dos *websites* oficiais do turismo de 210 países (com base nas WCAG 2.0), permitiu concluir que apesar de existir um esforço para fornecer *websites* acessíveis, ainda existem países que devem repensar a sua estratégia relativamente à acessibilidade *online*, nomeadamente ao nível da compatibilidade (com tecnologias de apoio/assistência), navegabilidade, adaptabilidade e alternativas textuais. Por último, Vila et al. (2018) na publicação do seu estudo acerca da análise da acessibilidade dos *websites* oficiais do turismo dos países do norte da Europa (com base nas WCAG 2.0), os resultados demonstraram que países com fortes regras e regulamentos sobre acessibilidade e incapacidade, obtiveram os piores resultados em termos de acessibilidade *online*, significando que são necessárias algumas correções bem como revisões por parte dos técnicos aos *websites*, concluindo que não basta desenvolver e atualizar o conteúdo do *website*, sendo também necessário incrementar a sua acessibilidade. Não foi encontrado qualquer estudo sobre a acessibilidade dos *websites* de agências de viagens e operadores turísticos.

Em 2015, a UNWTO publicou um manual (Manual Sobre Turismo Acessível para todos) constituído por 5 módulos, em que apresenta os principais conceitos, ferramentas úteis e exemplos de boas práticas para um turismo mais acessível. No módulo III, a UNWTO (2015) recomenda diversas ações para melhorar a prestação do serviço, nomeadamente, por parte das agências de viagens e operadores turísticos que devem ter especial atenção à necessidade de:

- Garantir a disponibilidade e acessibilidade das informações;
- Garantir que as informações sejam verdadeiras, detalhadas e precisas;
- Conhecer a política de acessibilidade do destino;
- Integrar as informações sobre acessibilidade nas informações gerais sobre o turismo;
- Identificar os canais de distribuição;
- Comunicar as informações aos colaboradores em toda a hierarquia da organização;
- Comunicar as informações aos intermediários;
- Utilizar os meios tecnológicos adequados para melhorar o turismo acessível.

Não obstante, o módulo IV apresenta um conjunto de indicadores para que os destinos turísticos possam avaliar a acessibilidade da oferta de produtos para o TA. Neste capítulo, foram identificados tópicos considerados relevantes e transversais a todos os setores do turismo (alojamento, transportes, restauração, etc.), porém no que diz respeito às agências de viagens e operadores turísticos, consideram-se relevantes, indicadores (Tabela 11), como por exemplo, ao nível das instalações, da gestão ou da informação e comunicação (UNWTO, 2015a).

Tabela 11 – Exemplo de indicadores na avaliação da acessibilidade dos produtos fornecidos pelas AV.

Área	Indicador
Acesso às instalações	Acessibilidade ao edifício e espaço
Casas de banho (wc)	Possui ou não casa de banho pública e acessível
Gestão	A agência possui um sistema de gestão de acessibilidade ⁵ A agência possui um certificado de acessibilidade
Informação e comunicação	A agência tem informações sobre acessibilidade do destino A agência apresenta informações acessíveis
Mobilidade	A agência tem pelo menos um itinerário/pacote acessível
Colaboradores	Os funcionários da agência têm formação para atender pessoas com incapacidades
Serviços	Agência especializada em viagens para pessoas com incapacidades
Usabilidade	Nas suas instalações existe um ponto específico/ adaptado para atender e fornecer informações às pessoas com incapacidades

Fonte: Adaptado de UNWTO (2015a).

⁵ instrumento de planeamento que garante serviços, estratégias e planos de gestão padrão para as PCI.

4.3 Barreiras para a prática do turismo acessível relacionadas com os intermediários

Em primeiro lugar, com o objetivo de verificar se os serviços fornecidos pelos intermediários em turismo são acessíveis aos segmentos que fazem parte do turismo acessível, é importante identificar quais são as principais barreiras que os utilizadores destes serviços enfrentam.

Enquanto que Buhalis e Darcy (2010) reconhecem três categorias de barreiras no acesso ao turismo: restrições no acesso físico (nos alojamentos, transportes e atrações), barreiras atitudinais (pessoais e sociais) e falta de informação (correta e confiável), a UNWTO identifica um conjunto de barreiras (Tabela 12) ao turismo acessível agrupadas em duas categorias: (I) Barreiras ambientais e (II) Barreiras sociais. As primeiras, são as barreiras entre os turistas/consumidores e o ambiente em que se encontram, podendo influenciar o acesso ou a utilização dos produtos e serviços turísticos (exemplo: barreiras relacionadas com os transportes, com a informação e comunicação, acesso a edifícios) (UNWTO, 2016c). As barreiras sociais, relacionam-se com a maneira como a sociedade aborda a acessibilidade e a incapacidade das pessoas (exemplo: atitudes no contato com PCI) (UNWTO, 2016c).

Tabela 12 – Alguns exemplos de barreiras existentes nas AVs e nos serviços que comercializam.

Categoria	Barreira	Exemplos
(I) Barreiras Ambientais	Planeamento e reservas	- Reduzida acessibilidade dos <i>websites</i> e das Agências de viagens (edifício e instalações) - Funcionários sem formação para atender PCI.
	Transportes	- Inexistência de transferes acessíveis de casa para o ponto de partida - Falta de acesso a terminais e aos meios de transporte (exemplos: estações, aeroportos) - Falta de serviços adaptados (exemplos: wc, sistemas de informação, sistemas de emergência)
	Edifícios	- Dificuldade de acesso aos estabelecimentos turísticos e a outras atrações turísticas (exemplos: quartos, áreas comuns, wc, áreas de lazer, instalações desportivas, etc.).
	Comunicação	- Falta de sinalização adequada - Falta de sistemas alternativos para transmitir informações
	Destino	- Falta de acessibilidade no destino (exemplos: ruas, serviços gerais - supermercados, farmácias - etc.); - Dificuldade de acesso a atrações e atividades turísticas.
(II) Barreiras Sociais	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas	- As empresas não estão preparadas para oferecer produtos e serviços para pessoas com necessidades específicas.
	Falta de consciência sobre a acessibilidade	- Falta de conhecimento sobre as necessidades relacionadas com a acessibilidade e com as PCI.
	Barreiras de atitude	- Atitudes negativas por não se saber lidar com PCI.

Fonte: Adaptado de UNWTO (2016c).

Contudo, ainda são poucos os estudos nesta área (exemplos de estudos: Takeda & Card, 2002; McKercher, Packer, Yau, & Lam, 2003; Card, Cole, & Humphrey, 2006), dos quais, apenas um (Kim & Lehto, 2012) analisa as reclamações/queixas efetuadas por pessoas que

integram o mercado do turismo acessível e não foi identificado qualquer estudo sobre a análise da acessibilidade dos *websites* das agências de viagens.

No estudo de Takeda e Card (2002), sobre barreiras encontradas ao fornecer pacotes turísticos para pessoas que têm dificuldade em andar, concluiu-se que a maioria dos operadores turísticos e agências de viagens relataram que encontraram barreiras de acessibilidade em estabelecimentos de restauração/alimentação, nomeadamente 80,8% destacaram a inacessibilidade nos bares e 80,6% nos restaurantes. Segue-se o setor dos transportes e o alojamento. No setor dos transportes, 80,0% dos entrevistados apontou para a falta de acessibilidade nos autocarros, carruagens e estações, enquanto que 75,8% apontaram falta de acessibilidade nas unidades de alojamento (hotéis e motéis).

Em termos das atitudes, os operadores reportaram terem encontrado barreiras nos estabelecimentos de alimentação / bebida (63,6%), no alojamento (51,4%) e nos transportes.

Resultados semelhantes, obtiveram Card et al. (2006) no seu estudo onde é comparada a perceção dos fornecedores de serviços turísticos com a perceção dos visitantes com incapacidade física em termos de nível de acessibilidade e barreiras atitudinais. Neste estudo, as barreiras relacionadas quer com a acessibilidade (81% dos fornecedores e 83% dos visitantes) e quer com as atitudes (64% dos fornecedores e 66% dos visitantes) nos estabelecimentos de restauração e bebida foram as mais referenciadas, enquanto que as atitudes mais positivas são provenientes dos funcionários das atrações turísticas, sendo que, a acessibilidade dos espaços ainda é baixa.

McKercher et al. (2003), de acordo com os resultados obtidos no seu estudo onde procuram verificar se os agentes de viagem (de Hong Kong) eram facilitadores ou inibidores de viagens para pessoas com incapacidades, evidenciam, que as PCI estão insatisfeitas com o desempenho das AV, principalmente devido a falhas em termos de atitudes e também estruturais. Os resultados foram classificados e analisados em quatro dimensões (atitudes, produtos vendidos, qualidade da informação fornecida e comunicação). Das quatro dimensões analisadas, a atitude dos agentes de viagens e a incitação na compra de pacotes de viagens (que podem não ser adequados para as necessidades das PCI) são as principais razões identificadas pelos inquiridos para a baixa confiança existente no setor.

Apesar de se associar aos pacotes turísticos um menor custo e risco, torna-os, ao mesmo tempo, inflexíveis com a consequência de apresentarem desafios extra para as pessoas com incapacidade, podendo revelarem-se inadequados para as suas necessidades específicas (Kim & Lehto, 2012). Assim sendo, de acordo com as conclusões do estudo de Patterson et al. (2012), os operadores turísticos beneficiam mais se adaptarem os seus produtos e serviços às necessidades específicas de cada um. Esta abordagem, poderá impulsionar o aumento da lealdade dos clientes e, consequentemente, estes poderão transmitir um *passa-palavra* (*word-of-mouth*) positivo para as pessoas com incapacidades.

Os resultados do estudo de Kim e Lehto (2012) demonstram que as principais queixas e preocupações são ao nível da “prestação dos serviços/produtos”, “pedidos especiais/necessidades no alojamento” e “conduta dos funcionários”. Neste sentido, o Apêndice 2 contempla alguns resultados dos estudos analisados, que ilustram algumas das barreiras encontradas, nos serviços turísticos, quer pelos intermediários quer pelos consumidores. Por conseguinte, as principais barreiras são ao nível da acessibilidade física e ao nível das atitudes encontram-se nos serviços que são comercializados pelas AVs (exemplos: restauração, hotéis e atrações)

Embora Patterson et al. (2012), salientarem que os operadores de turismo estão a realizar esforços para disponibilizar os seus produtos e serviços mais acessíveis, Özogul e Baran (2016) argumentam que apesar do desenvolvimento da indústria turística, ainda existe uma lacuna na disponibilização de produtos e serviços para o mercado do turismo acessível. Um exemplo prático, são as conclusões de Ozturk et al. (2008) provenientes do seu estudo acerca da perspectiva dos diretores dos hotéis e agências de viagens da Turquia, de forma a entender se a indústria turística está preparada para um mercado de consumidores com incapacidades. As conclusões permitem retratar que o setor turístico na Turquia não está totalmente preparado para receber as PCI, nomeadamente físicas, apesar de tanto os hotéis como as agências de viagens estarem cientes da importância deste mercado emergente. Ozturk et al (2018) evidenciam ainda que alguns dos principais pontos fracos relacionados com a acessibilidade da indústria turística estão relacionados com:

- as organizações governamentais e não-governamentais parecem não estar a trabalhar

de forma eficiente para ajudar as PCI;

- as infraestruturas dos transportes são o segundo maior problema identificado como uma barreira para as atividades de viagem das pessoas com incapacidade física;
- as condições ambientais também são vistas como um problema para a prática de atividades relacionadas com viagens das pessoas com incapacidade física.

4.4 Conclusão

No TA os serviços e produtos turísticos devem ser o mais acessíveis possível, daí a existência de um conjunto de normas, leis e recomendações que visam promover, quer a acessibilidade física, quer a acessibilidade da informação (e comunicação). Apesar da existência desses requisitos e de legislação, com o intuito de promover a acessibilidade, vários estudos apontam que continuam a existir muitas barreiras, nomeadamente ao nível da acessibilidade (física) e ao nível das atitudes. Estas barreiras verificam-se maioritariamente nos estabelecimentos de restauração, hotéis e atrações, serviços vendidos pelos intermediários - agências de viagens.

Na perspetiva dos consumidores, o uso da internet é uma tendência crescente, pelo fato, de se poder aceder/obter informação personalizada com o mínimo de inconveniência e, em contrapartida, permite que os fornecedores conheçam e segmentem as necessidades de cada consumidor e que consigam apresentar um produto feito à medida do cliente (Buhalis & Licata, 2002; Law et al., 2004). Neste sentido, a disponibilização e acessibilidade da informação torna-se uma base importante para o TA (a seguir à acessibilidade física), nomeadamente a informação *online* que tem sido descurada, apesar da existência de guias e princípios (como o WCAG) que podem ser aplicados nos *websites* e assim disponibilizar informação mais acessível para o mercado do TA.

Por outro lado os poucos estudos que analisam os intermediários em turismo e o turismo acessível (Takeda & Card, 2002; McKercher, Packer, Yau & Lam, 2003; Card, Cole & Humphrey, 2006; Kim & Lehto, 2012) revelam que os operadores turísticos e as agências de viagens não têm total controlo de todos os intervenientes de uma viagem, visto que,

funcionam, muitas das vezes, como intermediários de um produto pré-concebido sem ter um conhecimento real do nível de acessibilidade do destino. Isto é, muitas das vezes, não têm um conhecimento detalhado do nível de acessibilidade dos produtos que comercializam (apesar de terem a obrigatoriedade de ter esse conhecimento), disponibilizando, assim, produtos que não estão adequados para o mercado do turismo acessível (exemplos: hotelaria, restauração, atrações).

Os poucos estudos que têm analisado o nível de acessibilidade dos intermediários em turismo demonstram que o setor das agências de viagens não está a conseguir responder na totalidade às necessidades dos consumidores com algum tipo de incapacidade (McKercher et al., 2003). Neste sentido, Takeda e Card (2002) defendem que a formação pode ajudar a resolver os problemas relacionados com as atitudes e também com a falta de informação acessível embora refiram que são necessárias mudanças muito maiores para resolver os problemas estruturais inerentes à indústria.

Capítulo 5 – Metodologia do estudo empírico

5.1 Introdução

O presente capítulo pretende ilustrar toda a metodologia e processo aplicados para a recolha e análise dos dados por forma a cumprir os objetivos propostos. Assim, esta secção integra uma descrição dos objetivos do estudo empírico, uma descrição da metodologia utilizada na recolha de dados e também da metodologia utilizada para analisar os dados obtidos quer das reclamações efetuadas no portal da queixa, quer da acessibilidade dos *websites* das AVs e OTs da Região Centro de Portugal.

5.2 Objetivos do estudo empírico

O estudo empírico desenvolvido no âmbito desta dissertação procura dar resposta a dois objetivos principais. A Tabela 13 apresenta a relação entre as diferentes etapas do projeto de investigação desenvolvido e o objetivo associado a cada uma dessas etapas

Tabela 13 – Objetivos do estudo empírico do projeto de investigação.

Etapa		Objetivos
Etapa 1	Análise de comentários / <i>reviews</i> em <i>websites</i> de queixas	<ul style="list-style-type: none">- Analisar as reclamações sobre as agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal efetuadas por pessoas que fazem parte do mercado do turismo acessível.- Identificar que tipo de constrangimentos/ barreiras as pessoas com incapacidades encontram durante a aquisição e usufruto de serviços turísticos (vendidos pelas agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal)
Etapa 2	Análise dos <i>websites</i> das agências de viagens e operadores turísticos na Região Centro de Portugal	<ul style="list-style-type: none">- Analisar a acessibilidade dos <i>websites</i> das agências de viagens e operadores turísticos da Região Centro de Portugal

5.3 Metodologia para análise das reclamações

5.3.1 Métodos de recolha

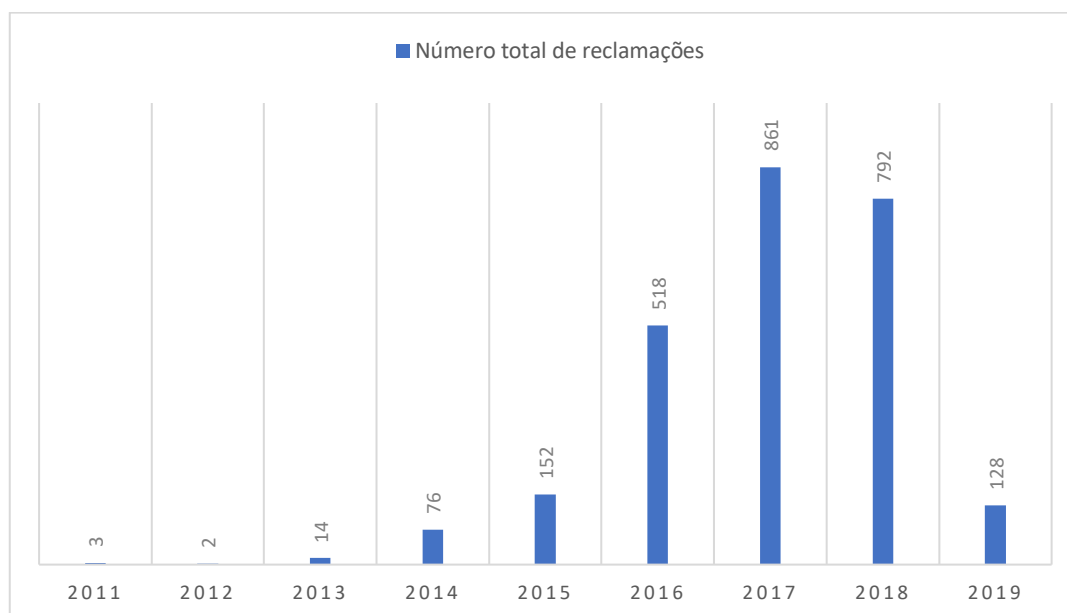
Com o intuito de perceber se as pessoas com incapacidade utilizam a Internet para identificar/comunicar as barreiras e constrangimentos que encontram na aquisição de produtos turísticos nas agências de viagens e durante o consumo de produtos turísticos adquiridos nas AV (exemplo: transportes, alojamento, alimentação, atividades culturais e recreativas) foram analisados os comentários/*reviews* em *websites* de queixas. Neste sentido, acedeu-se ao Portal da Queixa (<https://portaldaqueixa.com/>), o maior canal de reclamações de consumidores em Portugal. O website encontra-se estruturado em separadores, no qual, o das reclamações, encontra-se dividido por diferentes categorias, sendo que, na secção “marcas” é possível ver as reclamações existentes associadas a Agências de Viagens, subcategoria de “Hotéis, Viagens e Turismo”- Este Portal foi escolhido em detrimento do portal da DECO Proteste, na medida em que no portal da DECO as reclamações estão todas agrupadas numa só categoria de viagens e lazer, misturando companhias aéreas, hotéis, entre outros, sendo muito difícil identificar as queixas que estão relacionadas com os intermediários em turismo (AV e OT).

Em fevereiro de 2019, das 77 marcas de agências de viagens presentes nesta categoria, 75 apresentavam reclamações associadas neste portal, totalizando 2543 reclamações que foram todas analisadas entre março e abril de 2019. Ainda assim, o Portal da Queixa permite recolher, para cada AV, informações relativas ao seu índice de satisfação, taxa de resposta e o número total de reclamações. Estas reclamações são categorizadas em: (i) reclamações a aguardar resposta; (ii) reclamações em tratamento; (iii) reclamações resolvidas e (iv) reclamações sem resolução. Com base na informação recolhida, criou-se uma base em *Excel* (Apêndice 3), com essas informações, o que permitiu retirar algumas conclusões.

É possível constatar que o período das reclamações (Figura 5) está compreendido entre 2011 e 2019, sendo que, os anos de 2017 e 2018 são os que mais reclamações contêm, com 861 e 792 respetivamente. A partir de 2016 o número de queixas aumentou consideravelmente, comparado com os anos anteriores, o que pode significar um aumento da importância da

utilização da internet para a reclamação *online* ou a afirmação do portal como uma referência nesta categoria das queixas.

Figura 5 – Número total de reclamações (por ano) na categoria de agências de viagens.



Do total de reclamações, apenas 18 não obtiveram resolução (0,71%), 15,14% encontram-se “Resolvidas”, 35,19% estão a “Aguardar Resposta” e 48,96% “Em Tratamento”. Estes dados revelam que 64,1% das reclamações foram vistas pelas empresas, embora apenas 32 agências de viagens (das 77) respondem às reclamações. Dessas 32, apenas 14 agências de viagens apresentam uma Taxa de Resposta (TR)⁶ de 100%, enquanto que 46 agências de viagens têm TR igual a zero. Estes resultados demonstram que para além de os consumidores utilizarem o portal para demonstrar a sua insatisfação de um serviço prestado ou vendido pela AV, o facto de as empresas não responderem às queixas pode aumentar ainda mais o grau de insatisfação do cliente e consequentemente a perceção da qualidade do serviço prestado pela AV.

⁶ Taxa de Resposta (**TR**) = (Nº reclamações em tratamento + Nº reclamações resolvidas + Nº reclamações sem resolução) / Nº total de reclamações.

Tendo como base a resposta das AVs às reclamações, o portal também disponibiliza um Índice de Satisfação (IS)⁷ (Portal da Queixa, 2019). A classificação do IS varia entre 0 e 100, sendo que, as marcas com menos de 2 reclamações ficam ilegíveis de classificação (aparecendo N/A – Não Atribuído) (Portal da Queixa, 2019). Portanto, apenas 19 agências de viagens apresentam condições para o cálculo desse índice, apresentando assim, uma média de 22,40 e uma pontuação máxima verificada de 66,60 enquanto que o menor valor foi 2,80. Neste sentido, dado que a média (22,40) do IS nem sequer é positiva (a partir do valor 50), pode-se afirmar que o grau de satisfação é muito baixo.

A fase 2, incidiu sobre a seleção das reclamações tendo em conta a sua pertinência para o tema deste projeto. O critério de seleção teve como base um método de triagem utilizando a pesquisa de palavras-chave através da função pesquisar/localizar (CTRL + F) do navegador da *web* (*Google Chrome*), seguindo-se a inserção de alguns termos (com a devida variação do género e número), conforme exemplifica a Figura 6, e posterior leitura da queixa para verificar o enquadramento.

7

$$IS = \frac{(TR \times 4.5) + \left(\frac{MA}{2}\right) + (TS \times 4) + TMR}{10}$$

Onde:

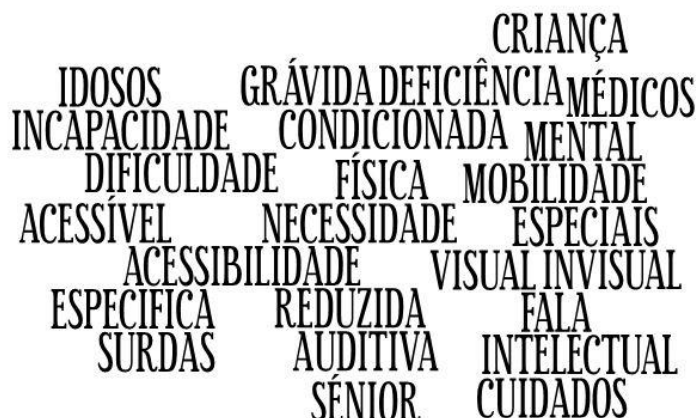
TPC (Total do Período Considerado) = N° reclamações recebidas nos meses *n-12* a *n-1*

TS (Taxa de Solução) = N° de reclamações resolvidas / TPC

MA (Média das Avaliações) = Soma das avaliações do *feedback* / N° total de avaliações

TMR (Tempo Médio de Resposta) = Média dos tempos de resposta

Figura 6 – Exemplo de palavras-chave utilizadas na triagem dos comentários.



Dessa forma, após a metodologia utilizada, das 2543 reclamações, 49 foram primeiramente associadas à temática, porém, e após a análise das reclamações identificadas, 23 foram descartadas devido à irrelevância para o objetivo empírico, sobrando assim, 26 reclamações para análise e classificação.

5.3.2 Métodos de análise

A análise das reclamações foi realizada recorrendo à análise das frequências dos temas mais frequentes e também uma análise detalhada dos discursos (análise de conteúdo), em que a classificação se efetuou de acordo com a revisão da literatura, quanto ao tipo de barreiras relatadas e o segmento do turismo acessível em referência.

5.4 Metodologia para análise da acessibilidade dos *websites*

5.4.1 Métodos de recolha

Com o objetivo de efetuar a análise do nível de acessibilidade dos *websites* das AV, utilizou-se um procedimento multi-etapas. Em primeiro lugar, para a obtenção dos *websites*, acedeu-se ao Registo Nacional de Turismo (<https://rnt.turismodeportugal.pt>) e de seguida, acedeu-se à base de dados do Registo Nacional de Agentes de Viagens e Turismo (RNAVT⁸). No dia três de janeiro de 2019 encontravam-se inscritas no RNAVT 2557 Agências/Agentes de Viagens e Turismo, tendo-se exportado essa base de dados em formato Excel. A referida base de dados contém informação ao nível do número e data de registo no RNAVT, a denominação (e marca) da empresa, a morada (por freguesia, concelho e distrito), os contatos (Telefone/Telemóvel e email) e por fim a localização das empresas (tendo em conta a Nomenclatura das Unidades Territoriais – NUT e a que Entidade Regional de Turismo - ERT - / Direção Regional de Turismo - DRT - pertencem).

Tendo em conta essa base de dados e através do uso de filtros no ficheiro Excel, foi possível obter algumas informações, como a dispersão geográfica das agências de viagens e o número de registos por ano, o que permite ter uma ideia do panorama nacional relativamente aos Agentes de Viagens e Turismo.

Relativamente à distribuição dos Agentes de Viagens e Turismo, tendo em conta a NUT II (Tabela 14), existe um maior número de registos na Área metropolitana de Lisboa (33,385 do total %), seguindo-se o Algarve (22,33 %) e o Norte (21,90 %).

⁸ O RNAVT está integrado no Registo Nacional do Turismo (RNT) e é uma plataforma eletrónica que congrega e disponibiliza informação sobre as agências de viagens e turismo que operam em Portugal.

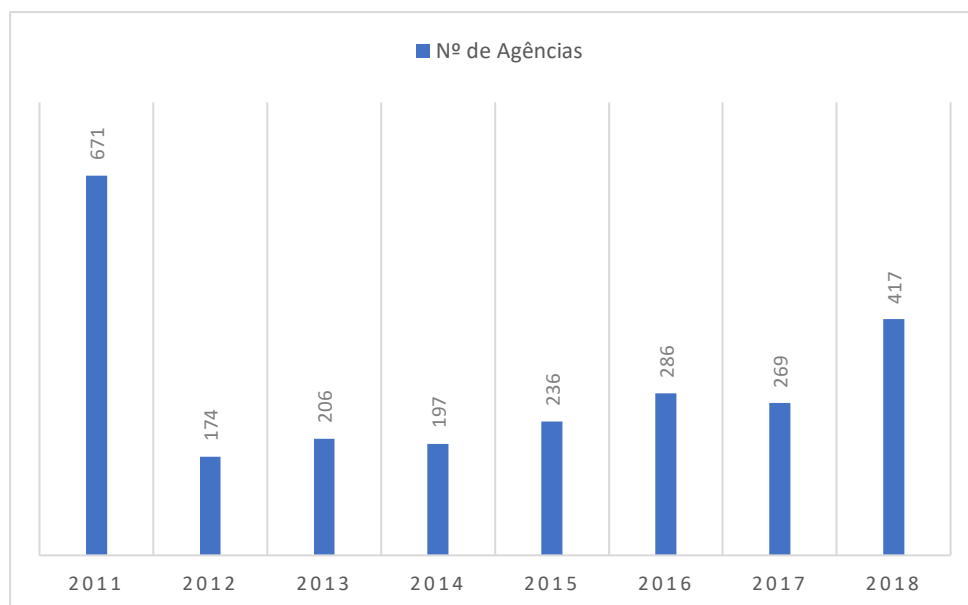
Tabela 14 – Distribuição geográfica das AV em Portugal.

NUT II	Número de registos	%
Norte	560	21,90 %
Centro	289	11,30 %
Área metropolitana de Lisboa	851	33,38 %
Alentejo	90	3,52 %
Algarve	571	22,33 %
Região Autónoma dos Açores	84	3,29 %
Região Autónoma da Madeira	100	3,91 %
Indefinidas	12	0,47 %
TOTAL	2557	100 %

Fonte: elaborado com base em Turismo de Portugal (2019).

Tendo como base a data de registo, foi possível obter o número de inscrições no RNAVT no horizonte temporal de 2011-2018, ou seja, o número de agências de viagens registadas. De acordo com a Figura 7, é possível constatar que os anos de 2012 e 2014 foram os anos onde se obteve um menor número de registos, com 174 e 197 registos respetivamente, sendo provável que estes números sejam derivados da crise financeira em Portugal (2010-2014) ainda como efeito da crise económica mundial (2008-2009). Este contexto afetou os principais países emissores de turismo e, consequentemente, teve efeitos no crescimento da atividade turística, quer a nível mundial quer em Portugal. Em contrapartida, 2011 foi o ano com maior número de registos (671), seguindo-se os anos de 2018 (417) e 2017 (com 369). Este aumento de registos pode dever-se ao facto do crescimento que o turismo tem tido em Portugal, principalmente desde 2014.

Figura 7 – Número total de registos de agências de viagens (por ano).



Fonte: elaborado com base em Turismo de Portugal (2019).

Posteriormente, tendo em conta o tempo limitado para a execução da presente dissertação, verificou-se que não seria possível analisar todas as 2557 agências de viagens, e também para enquadrar o estudo empírico com o âmbito geográfico do projeto ACTION (entidade de estágio) apenas as informações das agências de viagens localizadas na Região Centro de Portugal foram exportadas para uma outra base de dados do Excel. Para se obter os *websites* das agências de viagens criaram-se duas colunas adicionais, denominadas *Website* e *Facebook*. A primeira coluna destinava-se à colocação do endereço (*link*) do *website* associado à agência/agente de viagens e turismo. Contudo, com o propósito de avaliar a tendência do uso das redes sociais, inseria-se o link da página do Facebook, caso não se verificasse um endereço de website associado.

Por fim, a terceira etapa debruçou-se numa pesquisa intensiva no motor de pesquisa Google através do nome (e da marca) das agências de viagens, do endereço e dos contatos (telefone / telemóvel e e-mail) para recolher o link do website e também a página do Facebook.

5.4.2 Métodos de análise

Para analisar a acessibilidade dos *websites* das AV localizadas na Região Centro de Portugal, foi realizada uma pesquisa para selecionar as ferramentas mais adequadas. A *World Wide Web Consortium* (W3C) fornece uma lista de 122 ferramentas (WWWC, 2019). Também, uma revisão da literatura de artigos científicos publicados na área da acessibilidade de *websites* (por exemplo: Shi, 2006; Rovira, Marcos & Codina, 2007; Mills, Han & Clay, 2008; Kuzma, Yen & Oestreicher, 2009; AkgÜL & Vatansever, 2016; Vila, González & Darcy, 2017, 2018) permitiu identificar um conjunto de ferramentas para avaliar a acessibilidade dos *websites*. Finalmente, uma pesquisa na internet foi realizada para identificar ferramentas que foram utilizadas para examinar a acessibilidade de *websites* em português. Destas pesquisas, um grupo de ferramentas foi identificado com potencial interesse a ser utilizado neste projeto. Após um conjunto de testes e uma extensa análise às ferramentas (Apêndice 3), para este projeto, as ferramentas utilizadas para a análise dos *websites* das AV foram escolhidas com base nas suas características e por serem soluções *online* gratuitas. Assim sendo, as ferramentas selecionadas foram o AccessMonitor (<http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/>) e o ‘*Test de Accesibilidad Web*’ (TAW) *online* 2.0 (<https://www.tawdis.net/>).

O AccessMonitor é uma ferramenta automática fornecida pela Fundação para a Ciência e Tecnologia de Portugal, que funciona inteiramente na *web* de acordo com as diretrizes de acessibilidade para o conteúdo da *web* (WCAG 2.0). Após a inserção do link de uma página web, a ferramenta gera um resumo imediato, apresentando uma escala quantitativa (índice AccessMonitor), os erros encontrados por grau de conformidade (A, AA e AAA) e um relatório detalhado do teste realizado. O índice global do AccessMonitor varia de 1 (muito má prática de acessibilidade na *Web*) a 10 (excelente prática da acessibilidade na *Web*).

O TAW também é uma ferramenta *online* automática que verifica o nível de acessibilidade de uma página web tendo em conta as WCAG 2.0. Os resultados são apresentados em três categorias: “problemas” (são necessárias correções); “avisos” (é necessária uma revisão por parte de um técnico); e, por fim, “não revisto” (em que a ferramenta assinala a possibilidade de existir um problema, sendo necessária uma revisão totalmente manual por parte de um

técnico para identificar esse problema). Para avaliar a acessibilidade dos *websites* das AVs e identificar os problemas e avisos, foi utilizada a ferramenta TAW.

Tendo sido feita a análise dos *websites* no mês de fevereiro de 2019, com os resultados obtidos da utilização de ambas as ferramentas, foi construída uma base de dados em SPSS. Para identificar o nível de acessibilidade dos *websites*, foram utilizadas estatísticas descritivas (média, mínimo, máximo e desvio padrão). Em seguida, para identificar grupos homogêneos (*clusters*) de AV de acordo com a acessibilidade dos *websites*, foi realizada uma análise de clusters hierárquica, utilizando como método de agregação o método Ward, usando as variáveis “Índice global do AccessMonitor”, “AccessMonitor erros tipo A”, “AccessMonitor erros tipo AA” e “AccessMonitor erros tipo AAA” para criar os clusters. Posteriormente, os clusters identificados foram comparados utilizando testes estatísticos para comparar grupos, especificamente a ANOVA.

Capítulo 6 – Análise das reclamações do Portal da Queixa

6.1 Introdução

Esta secção compreende a análise das reclamações selecionadas, criteriosamente do Portal da Queixa, que foram realizadas por pessoas que integram o mercado do turismo acessível, com o objetivo de perceber que constrangimentos as pessoas, com algum tipo de necessidade ou incapacidade, encontram durante as suas viagens. Os comentários que foram selecionados para esta análise encontram-se no Apêndice 5.

Após a amostra estar definida (26 reclamações), partiu-se para a análise e categorização das reclamações, tendo em conta a revisão da literatura, nomeadamente nos pontos 3.3 e 4.3 da presente dissertação, que abordam os segmentos do turismo acessível e o tipo de barreiras respetivamente. Dado que cada reclamação pode ser classificada em mais do que uma barreira ou segmento, os resultados têm em conta o número de “ocorrências” identificadas num comentário.

Este capítulo é composto pela apresentação dos resultados e respetiva análise das reclamações efetuadas às AV, e posteriormente a apresentação das principais conclusões sobre as queixas relacionadas com os intermediários em turismo.

6.2 Análise das reclamações efetuadas às Agências de Viagens

Relativamente à classificação das queixas pelo tipo de segmento do Turismo Acessível (Tabela 14), o segmento “Outros Grupos que fazem parte do TA” é o que apresenta mais reclamações, destacando-se as Pessoas com Crianças/ bebés (13 ocorrências) e Pessoas idosas (quatro ocorrências). O segmento das Pessoas Com Incapacidade Física (ao nível da mobilidade reduzida/ condicionada) é o segundo segmento com mais reclamações (seis ocorrências). Tanto as pessoas com outras condições médicas que carecem de necessidades/cuidados especiais como pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares, obtiveram três reclamações, enquanto que Mulheres grávidas e pessoas com incapacidade temporária têm associada uma reclamação. Não foram identificadas reclamações realizadas por pessoas com incapacidade visual, auditiva ou cognitiva.

Tabela 15 – Número de reclamações por segmento do TA.

Segmento	Número de reclamações
Pessoas com incapacidade	
Física	6
Outros grupos que fazem parte do TA	
Pessoas com crianças/ bebês	13
Pessoas idosas	4
Outras pessoas que necessitam de cuidados especiais	3
Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares	3
Pessoas com incapacidade temporária	1
Mulheres grávidas	1

O Apêndice 6 apresenta uma categorização de cada reclamação tendo em conta o segmento, a barreira ou constrangimento identificado, e também o tipo de queixa, ou seja, se está relacionada com: (i) os produtos vendidos pelas AVs; (ii) o serviço de atendimento da agência ou (iii) a informação disponibilizada pela agência.

Começando com as barreiras/ constrangimentos identificados, estas dividem-se em físicas, de atitude e comunicação.

Tabela 16 – Número de reclamações por tipo de barreira.

Barreira/ constrangimento	Número de reclamações
Física	
Quarto	12
Alimentação não adequada	5
Edifício	2
Atitudes	11
Comunicação	1

O constrangimento ao nível físico reparte-se pela acessibilidade e condições, quer dos quartos dos estabelecimentos de alojamento quer dos próprios edifícios/ infraestruturas, bem como a alimentação não adequada. As reclamações com mais ocorrências (12), estão relacionadas com o alojamento, mais especificamente com os quartos, em que o segmento mais queixoso são as pessoas com crianças/bebés, seguidas por pessoas com incapacidades físicas. Estas reclamações estão relacionadas, maioritariamente, com o espaço dos quartos, condições dos quartos/ camas e a não consideração da presença de uma criança/bebé. Um exemplo é o seguinte excerto que faz parte de uma queixa apresentada por uma família (R6):

«[...] quando na chegada à unidade hoteleira, fomos [sic] encaminhados para um quarto duplo com um beliche e um berço. Não será preciso dizer que quase não conseguíamos circular no quarto por falta de espaço [...]»

Outra subcategoria já com alguma relevância, é a da alimentação (5 reclamações), visto existirem pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares, na qual, é necessário ter alguns cuidados na alimentação disponibilizada. Todavia, foram encontradas reclamações que podem exemplificar uma falha de comunicação ou mesmo a falta de informação sobre determinados produtos que as AVs vendem e que, conseqüentemente, podem não corresponder às necessidades específicas das pessoas. Neste sentido, apresentam-se duas reclamações que foram obtidas no portal, demonstrando que apesar de os clientes informarem previamente antes da viagem sobre as suas condições, ao chegar ao destino, não se verifica a resposta aos seus pedidos por parte dos fornecedores dos serviços.

Testemunho 1 (R4):

«[...] Ao efectuar a reserva colocámos no site da [nome agência] os pedidos correspondentes para 2 Refeições sem Glúten e uma refeição normal. Contudo, ao efectuar check-in no aeroporto foi-nos dito que não havia qualquer registo desse pedido e que não conseguiam fornecer refeições sem glúten nem havia venda desse tipo de alimentação a bordo.» (R4)

Testemunho 2 (R17):

«[...] Quando adquiri o programa desta viagem, era do conhecimento da [nome da pessoa], as restrições alimentares que me acompanham e acautelei junto da mesma que teria sempre acesso a comida continental durante todo o percurso. Não aconteceu.» (R17)

Finalizando a categoria das barreiras físicas, o nível da acessibilidade ao edifício, as reclamações são exemplo das dificuldades de acesso a um espaço, quando mesmo antes da viagem é assegurado (pela AV) ao cliente que existe acessibilidade. O primeiro exemplo é relatado por um consumidor acompanhante de uma PCI Física (R6):

«[...] quando chegamos a Vilamoura o apartamento tinha 3degraus depois de explicar ao rececionista la [sic] nos arranjou um apartamento no 2andar com elevador, mas a felicidade durou pouco ao chegar reparamos que para o [nome da pessoa] entrar teria que tirar os pes [sic] da cadeira e mais grave cada vez que entrava os joelhos ficavam esmagados [...]»

Esta queixa relaciona-se com os resultados obtidos por Kim e Lehto (2012), na qual, a componente “design inadequado para acesso de pessoas com mobilidade condicionada/ reduzida” teve a pontuação mais elevada nas falhas apontadas por turistas com necessidades especiais. Neste sentido, as infraestruturas e equipamentos acessíveis até podem existir, porém talvez em alguns casos não sigam um *design* universal, mas sim uma adaptação ao espaço existente (se o espaço para elevador for reduzido) ou até por questões económicas se optarem por o equipamento mais barato/ de menor dimensão.

Outro exemplo (R16):

«[...] um dos hotéis [nome hotel] tinha quartos atribuídos no primeiro andar, sem elevador o que dificultou o acesso a pessoas com mobilidade condicionada.»

Os problemas descritos revelam que podem existir falhas de comunicação/ informação entre as agências de viagens e os fornecedores de serviços acerca das necessidades dos clientes, ou ainda a falta de informação dos profissionais das AV sobre a acessibilidade dos produtos que vendem.

A segunda barreira identificada com mais queixas está relacionada com as atitudes (com 11 ocorrências). As queixas estão relacionadas principalmente com a não flexibilidade dos serviços de acordo com as necessidades ou características do cliente, nomeadamente, as atitudes dos funcionários (nos destinos), revelando indisponibilidade de ajuda e alguma insensibilidade, conforme se pode atestar pelo seguinte relato de uma pessoa com crianças (R18):

«[...] Pedi numa tarde se era possível aquecer comida, daqueles frascos de bebé, o Sr. respondeu "Isto é um bar, não é um restaurante" Fantástico, mas tinha lá o símbolo da Chicco a dizer que disponível neste balcão aquecer biberões!! [...]»

Outro exemplo (R20):

«[...] O quarto onde fiquei alojado com a minha esposa e os meus 2 filhos tinha uma perna da cama partida. Desloquei-me à receção a expor o sucedido e não obtive qualquer tipo de ajuda. Tive de “calçar” a perna para que os meus filhos dormissem minimamente bem [...]»

Também no estudo de Kim e Lehto (2012), se concluiu que o “comportamento negativo dos empregados” e o “comportamentos dos funcionários no contexto de normas culturais” são dos componentes com mais falhas na dimensão “conduta dos funcionários”, constituindo assim, uma barreira social. Na literatura, esta categoria segundo a UNWTO (2016c), enquadra-se nas barreiras sociais, estando intimamente relacionada com a falta de conhecimento, consciência e formação nas empresas turísticas sobre a acessibilidade.

Foi também identificada uma reclamação que se enquadra na barreira da comunicação (embora também possa classificar-se na categoria “informação fornecida pela agência”), uma vez que, existe uma falha na informação disponibilizada, podendo constituir uma dificuldade na leitura e compreensão dessa informação. Neste sentido, o consumidor relata (R24):

[Aquisição de bilhetes de avião através da Internet]«o que não é normal é o site omitir ou simplesmente camuflar as condições de comercialização de determinado produto fazendo referência a termos e condições que se encontram escritas num idioma estrangeiro em termos técnicos e sem que antes do procedimento de pagamento haja qualquer referência a tarifa não alterável [...] De referir que numa loja [nome agência] mencionei as condições e a funcionária também confirmou que as condições de [sic] se encontram em inglês quando o idioma seleccionado é português.»

A reclamação descrita, é um exemplo de que quando a informação não se encontra de forma acessível para que todas as pessoas consigam entender o seu conteúdo isso é uma barreira à prática de atividades turísticas. Num mundo tecnológico e de crescente uso da Internet para obter informação, a acessibilidade da informação obtida através desta fonte é de extrema importância, como refere Vila et al (2018) que “não basta desenvolver e atualizar o conteúdo do *website*, sendo também necessário incrementar a sua acessibilidade”.

A análise das reclamações também permitiu perceber a implicação das agências de viagens nas queixas, isto é, se derivam dos produtos vendidos, da informação fornecida pela agência ou do serviço de atendimento efetuado pelos colaboradores das AVs (Tabela 17). Nas reclamações selecionadas, não foram identificadas quaisquer queixas relativamente às infraestruturas/ equipamentos da agência de viagens.

Tabela 17 – Número de reclamações por tipo de serviço.

Serviço	Número de reclamações
Produtos Vendidos	
Alojamento	13
Transporte	7
Alimentação	5
Visitas	1
Informação fornecida pela agência	13
Serviço de atendimento da agência	5

Contudo, os produtos vendidos pelas AVs é a categoria com mais ocorrências (20), destacando-se as subcategorias alojamento (13 ocorrências), transporte (sete ocorrências), alimentação (cinco ocorrências) e visitas (uma ocorrência). As reclamações sobre o alojamento estão relacionadas com o acesso aos estabelecimentos, a acessibilidade do edifício e a acessibilidade dos quartos. Também ao nível dos cruzeiros se observaram reclamações relacionadas com a dimensão dos quartos, como se pode observar através da seguinte reclamação (R18):

[num quarto de cruzeiro] «[...] vejo uma cama de casal e uma cama individual suspensa sobre a minha, e pensei "bem não devem estar a espera que uma bebé de um ano durma ali!! [...] em 20 minutos me colocariam um berço no meu quarto [...] quando voltamos para nosso espanto a cama ocupa todo o espaço livre no quarto sendo que para entrar para a cama de casal só podíamos entrar por um dos lados ficando com o espaço mínimo a porta da casa de banho para nos mexer-mos [...]

Ao nível do transporte, as reclamações na sua maioria relacionam-se com as condições dos transportes, o tempo de viagem, bem como de atrasos e perdas de voos que consequentemente afetam os restantes aspetos e atividades das viagens. Estas queixas, são executadas principalmente pelo segmento de pessoas com crianças/ bebés, conforme se pode observar através da seguinte reclamação (R7):

«[...] Inúmeros eram os passageiros a descer as escorregadias e molhadas escadas do avião, à chuva, àquela hora da noite, com crianças ao colo [...]

Outro testemunho (R1):

«[...] camioneta, tanto a da ida como a do regresso não tinham condições para efetuar uma viagem de longa duração (Bancos extremamente desconfortáveis, A/C defeituoso) [...] Duração da viagem de ida - a viagem demorou 16 horas, sim 16 horas, imaginem o que é ter 16 horas duas crianças num autocarro sem condições.»

Ao nível da venda de visitas culturais e sugerindo que por vezes existe falta de informação dos profissionais das AVs sobre a acessibilidade dos produtos que vendem, segue o exemplo (R21):

«[...] [pessoa com incapacidade motora] Contudo, aquando da reunião com a representante da operadora [nome agência] no hotel, [nome], em que foram apresentados os possíveis passeios turísticos, foi-lhes desde logo negada a possibilidade de efetuar qualquer um deles, por alegadamente o país e os transportes não oferecerem as condições mínimas necessárias e indispensáveis para os mesmos [...] após contacto com outros turistas que realizaram os passeios, foi ter conhecimento que os locais visitados apresentavam as condições mínimas para, senão de forma plena, pelo menos de forma satisfatória, serem visitados por pessoas com mobilidade reduzida.»

No exemplo anterior pode-se verificar que existiram diversas falhas que constituíram uma barreira à participação nas atividades turísticas por parte do consumidor. Primeiramente, aquando da aquisição e marcação da viagem tanto o agente de viagens como a própria agência devem ter tido conhecimento das condições e necessidades do cliente, vendendo o produto ao mesmo tempo que se garantiu resposta a essas necessidades. Posteriormente, já no destino a atitude do representante, revela que mesmo estando no destino, ou não conhece inteiramente a acessibilidade dos produtos que vende ou não mostrou interesse em ir pesquisar e perceber se era possível os clientes usufruírem das visitas, negando logo a sua participação, o que revela também uma falta de flexibilização do serviço.

A componente “informação fornecida pela agência” obteve 13 ocorrências. Estas reclamações estão relacionadas, principalmente, com a falta de informação correta e atualizada sobre os produtos que as AVs comercializam e sobre a forma como devem ser resolvidas determinadas situações que ocorrem durante a viagem. No caso específico exemplificado a seguir, trata-se da apresentação de informação incorreta (R11):

«Comprei e fiz a reserva já que segundo as características que estavam no site da [nome agência] referente ao hotel foram do meu agrado, principalmente derivado a

possuir segundo eles ar condicionado o que indo para um sítio [sic] quente e tendo problemas respiratórios é essencial e tendo um ginásio foi a conjugação perfeita para mim depois de uma fractura na coluna. Pois bem chegamos à [nome hotel] e nada de ar condicionado nem ginásio [...]

Estes acontecimentos podem estar aliados à informação presente na base de dados da agência de viagens estar incorreta ou desatualizada, porém esta falha pode acabar por condicionar a viagem e estadia do cliente, uma vez que, não são atendidas as necessidades específicas dos clientes e o produto fornecido não está conforme a descrição do produto vendido.

A última categoria, denomina-se “serviço de atendimento da agência” que visa perceber a existência ou não de testemunhos sobre o serviço prestado na agência. Contudo, não se encontrou referência à situação descrita, mas ainda assim, registaram-se 5 ocorrências relativas ao atendimento da agência durante a viagem. As situações relatadas, estão relacionadas, maioritariamente com a resposta da AV na resolução e apresentação de soluções quando ocorrem imprevistos durante a viagem. Tomando como exemplo uma queixa relativa à perda do voo de ligação por atraso do voo anterior (R8):

«A senhora que me atendeu, foi de uma insensibilidade extrema, não sabia nada, só me dizia que tinha de esperar, não houve tentativa de perceber se realmente o pedido de assistência tinha sido feito, alguma tentativa de tranquilizar o cliente que numa situação destas está nervoso, nada, simplesmente horrível, é só o que posso dizer do atendimento desta senhora.»

A reclamação anterior debate-se sobre a necessidade de acompanhamento de uma agência de viagens em toda a duração da viagem (pré-viagem: venda; durante a viagem e pós-viagem), na qual, a “atitude” dos profissionais irá influenciar a perceção do serviço de atendimento da agência, nomeadamente em situações imprevisíveis para o cliente.

6.3 Conclusão

Em suma, pode-se constatar que a grande maioria das reclamações analisadas, salientam a falta de acessibilidade dos serviços que as agências de viagens comercializam. Este problema pode ser consequência da falta de informação dos profissionais das agências sobre a acessibilidade dos produtos que vendem ou poderá também existir uma falha de comunicação entre a AV e o fornecedor dos respectivos serviços. A atitude dos profissionais das empresas turísticas também é uma barreira evidenciada nas queixas dos consumidores, que muitas das vezes, condicionam a compra ou gozo das atividades e viagens por parte dos turistas com algum tipo de incapacidade.

Os resultados apresentados neste capítulo vão ao encontro de algumas das conclusões do estudo de Kim e Lehto (2012), cujo o objetivo foi descobrir as principais falhas do serviço prestado e vivenciado por turistas com incapacidade, bem como os resultados do estudo de McKercher et al. (2003) que estudou a relação das PCI com os agentes de viagens em Hong Kong. Os resultados de Kim e Lehto (2012) revelam que as principais falhas na prestação de serviços turísticos das AV (*online*) relacionam-se com a dificuldade de responder às necessidades e solicitações especiais das PCI. Já McKercher et al. (2003), concluem que as PCI estão insatisfeitas com o desempenho do setor das AV, visto que, os agentes de viagem são incapazes de atender às diferentes necessidades deste mercado.

Por outro lado, para além dos fatores pessoais e sociais derivados da inconsciência e atitudes que as AVs e OTs não conseguem controlar (ou nem sempre), o mesmo acontece com fatores ambientais como, por exemplo, as acessibilidades dos hotéis (e respetivos quartos) e o setor dos transportes, uma vez que, não têm toda a informação disponível e não estão presentes no terreno a averiguar as condições de cada componente do pacote que vendem.

Neste sentido, pode concluir-se que as agências de viagens e operadores turísticos existentes em Portugal não conhecem ou têm pouca informação do mercado (e respetivas necessidades) do turismo acessível e não estão inteiramente preparadas para lidar e fornecer serviços a este mercado, sendo que, uma maior aposta na consciencialização e formação dos profissionais

que trabalham neste tipo de empresas turísticas poderia contribuir para colmatar estas lacunas.

Tendo sido identificadas reclamações ao nível da “informação fornecida pela agência” e “serviço de atendimento da agência”, estes problemas revelam que a falha na partilha e disseminação correta da informação entre os intermediários e os clientes (bem como até com os diversos fornecedores dos serviços turísticos) influencia claramente a perceção da qualidade do serviço. Assim, as reclamações analisadas revelam uma necessidade de tornar a informação mais acessível quer nos canais tradicionais quer nos novos meios de comunicação como o caso da Internet. Neste sentido, avaliar a acessibilidade dos *websites* das AVs pode revelar-se interessante para consequentemente se perceber se a informação é acessível ou não.

Capítulo 7 – Análise da acessibilidade dos *websites* das Agências de Viagens na Região Centro de Portugal

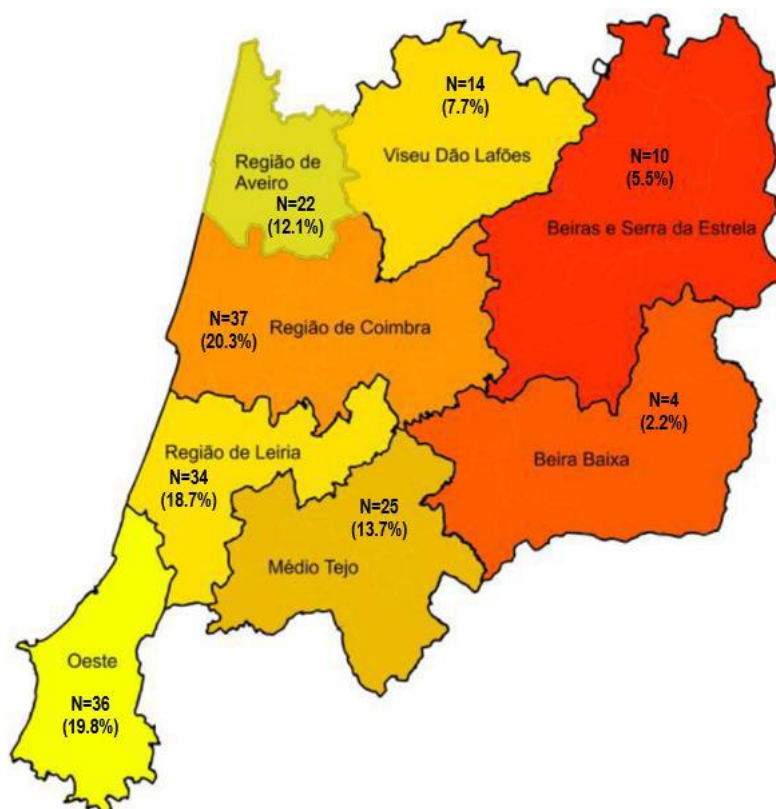
7.1 Introdução

Neste capítulo, encontram-se os resultados provenientes da análise dos *websites* das AVs da Região Centro de Portugal, usando duas ferramentas *online* que efetuam a avaliação com base no WCAG 2.0. Em primeiro lugar apresenta-se a caracterização da amostra, seguidamente os resultados revelados pelo AccessMonitor, sendo que, a terceira alínea debate-se com os resultados obtidos pelo TAW. O ponto seguinte apresenta uma avaliação global da acessibilidade dos *websites* analisados e, por último, a identificação e respetiva análise de grupos homogéneos de AV (clusters) de acordo com o nível de acessibilidade dos seus *websites*.

7.2 Caracterização da amostra

Dos 289 registos presentes na base de dados relativos à Região Centro de Portugal, 192 (66,44 %) têm endereço Website associado, enquanto que 41 registos (14,19 %) não têm website associado, mas possuem página de Facebook e 56 não têm nem Website nem Facebook associado, com um peso de 19,38 %. Contudo, após a pesquisa, 12 *websites* foram “fundidos” em dois por pertencerem a uma rede de agências que utilizam a mesma plataforma (website), resultando uma amostra final de 182 *websites*. Assim sendo, esses 182 *websites* foram analisados utilizando as duas ferramentas de avaliação (AccessMonitor e TAW) selecionadas para este estudo, de acordo com a metodologia descrita no capítulo 5. De acordo com a Figura 9, cerca de 71% dos *websites* analisados são de AVs localizadas junto à costa, enquanto que 7,7% localizam-se nas Beiras e Serra da Estrela e Beira Baixa.

Figura 9 – Amostra por NUT III.



7.3 Análise da acessibilidade dos *websites*

7.3.1 Resultados do AccessMonitor

Tendo em conta os resultados obtidos no AccessMonitor (Tabela 18), o valor mínimo obtido do índice de acessibilidade global dos *websites* das AVs foi de 2,8 (na região do Médio Tejo), enquanto que a pontuação máxima verificada foi de 7,3 com registos na Beira Baixa, Coimbra e Leiria. No entanto, a medida do índice global de acessibilidade dos *websites* das agências de viagens na Região Centro de Portugal ficou nos 4,77. Estes resultados revelam que o nível de acessibilidade dos *websites* analisados situa-se entre o nível baixo e o mediano, comprovando os resultados de outros estudos (usando também o AccessMonitor), nomeadamente, o estudo da Unidade ACESSO (2013), sobre a acessibilidade dos *websites* dos estabelecimentos de ensino superior em Portugal, na qual, obteve um índice global de 5,3 e a análise (cerca de 78 páginas contabilizadas) da Escola Superior de Educação Social que obteve um índice global de 5,7 (IPL, 2018). Por fim, a análise efetuada pela Fundação para os Estudos e Formação Autárquica (com um total de 74 páginas contabilizadas) destaca-se por apresentar um índice global ainda mais baixo, na ordem dos 2,8 (CEFA, 2012).

Contudo, quer a Região de Leiria quer a Região Viseu - Dão Lafões e a região da Beira Baixa destacam-se por apresentarem uma média de acessibilidade dos *websites* das AV superior à média da Região Centro de Portugal. Ainda assim, esta última (Beira Baixa) foi a única com uma média de 5,00, porém apresenta um maior desvio padrão (1,677) e apenas quatro *websites* foram analisados. Não obstante, a região das Beiras e Serra da Estrela ostenta a média mais baixa (4,67) em termos do índice de acessibilidade global dos *websites* das AV. Para além disso, o valor máximo obtido na análise dos dez sites de AV desta região foi apenas de 5,9.

Tabela 18 – Resultados do índice global do AcessMonitor por NUT III.

Localização das AV (por NUT III)	Amostra	Índice Global AcessMonitor			
	Nº	Média	Desv. Padrão	Mínimo	Máximo
Beira Baixa	4	5,00	1,677	3,3	7,3
Beiras e Serra da Estrela	10	4,67	0,645	3,7	5,9
Médio Tejo	25	4,69	0,902	2,8	6,5
Oeste	36	4,76	0,900	3,1	6,4
Região de Aveiro	22	4,79	0,980	3,5	6,7
Região de Coimbra	37	4,77	1,167	3,1	7,3
Região de Leiria	34	4,81	1,056	3,4	7,3
Região Viseu - Dão Lafões	14	4,85	0,774	3,5	6,2
Região Centro de Portugal	182	4,77	0,982	2,8	7,3

Com a descrição anterior é possível constatar que 62,5% das regiões têm um índice positivo (acima da média – 4,77). Estes resultados assemelham-se aos encontrados pela Unidade ACESSO (2013), no seu estudo da acessibilidade dos sítios *web* de estabelecimentos de ensino superior em Portugal (usando também o AccessMonitor), na qual, 65% dos distritos obtiveram índice positivo. Ainda assim, no mesmo estudo, o distrito de Leiria compreendia os piores *websites*, porém e opostamente, os resultados obtidos na presente investigação, a região de Leiria apresenta o terceiro melhor índice médio.

Tendo em conta que o valor do índice varia entre 1 e 10, os resultados obtidos revelam que um grande número dos *websites* das agências de viagens (63,74%) presentes na Região Centro, seguem uma “prática regular” (índice entre 4 e 5), enquanto que 25,27% dos *websites* enquadram-se numa “má prática” (índice entre 2 e 3). Apenas um número limitado de *websites* (10,99%) podem-se classificar como “boa prática” (índice entre 6 e 7) e não existem *websites* passíveis de classificação “muito boa prática” (índice entre 8 e 9) ou com “excelente prática” (índice 10).

A Tabela 19 apresenta a pontuação em termos de satisfação dos testes executados pelo AccessMonitor por localização da NUT III. Dos *websites* enquadrados numa “má prática”, destaque para a região de Coimbra que tem a maior percentagem de *websites* nesta categoria com 35,14% sendo que, também é a região com maior número de *websites* analisados. Com a exceção da região de Coimbra, em todas as restantes regiões é possível constatar que pelo menos 50% dos *websites* seguem uma “prática regular” destacando-se a região Viseu-Dão Lafões com 78,57% dos seus *websites* a obter esta classificação (apesar de terem sido analisados apenas 14 *websites*). Por fim, a região de Coimbra compreende o maior número de *websites* (7) com classificação “boa prática”, seguindo-se a região de Leiria com 4 *websites* (11,76% do seu total) nesta categoria.

Tabela 19 – pontuação em termos de satisfação dos testes executados pelo AccessMonitor por localização da NUT III.

Localização das AV (por NUT III)	Total da amostra	Muito má prática		Má prática		Prática regular		Boa prática		Muito boa prática		Excelente prática	
	N = 180	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Beira baixa	4	0	0	1	25,00	2	50,00	1	25,00	0	0	0	0
Beiras e Serra da Estrela	10	0	0	1	10,00	9	90,00	0	0	0	0	0	0
Médio Tejo	25	0	0	5	20,00	18	72,00	2	8,00	0	0	0	0
Oeste	36	0	0	9	25,00	25	69,44	2	5,56	0	0	0	0
Região de Aveiro	22	0	0	6	27,27	13	59,09	3	13,64	0	0	0	0
Região de Coimbra	37	0	0	13	35,14	17	45,95	7	18,92	0	0	0	0
Região de Leiria	34	0	0	9	26,47	21	61,76	4	11,76	0	0	0	0
Região Viseu - Dão Lafões	14	0	0	2	14,29	11	78,57	1	7,14	0	0	0	0
Total	182	0	0	46	25,27	116	63,74	20	10,99	0	0	0	0

O AccessMonitor apresenta informações mais em detalhe, nomeadamente o tipo de erros e quais os erros que a ferramenta detetou na avaliação de cada website. Neste sentido, a Tabela 20 ilustra os erros encontrados por grau de conformidade nos testes realizados em cada website.

Tabela 20 – Erros identificados pelo AccessMonitor por nível de conformidade.

Access Monitor - Erros	Mínimo	Máximo	Média	Desv. Padrão
Erros nível A	0	14	7,14	3,090
Erros nível AA	0	3	1,03	,783
Erros nível AAA	0	3	1,57	,849
Total de erros do Access Monitor (A + AA + AAA)	0	18	9,74	3,696

Em média, foram detetados 9,74 erros em cada website, tendo sido obtido um máximo de 18 erros e o mínimo igual a zero. Quanto ao grau de conformidade (A, AA e AAA), o destaque vai para os erros de grau de conformidade A que apresenta um máximo de 14 erros (e mínimo igual a zero) com uma média de 7,14 erros por website analisado, o que significa que os *websites* analisados não cumprem o mínimo exigido em termos de acessibilidade. No que diz respeito aos erros de grau de conformidade AA e AAA verifica-se em ambos um máximo de 3 erros (e mínimo igual a zero), sendo que, o grupo AAA ostenta uma média superior com 1,57 erros por website analisado enquanto que a do grupo AA é de 1,03 erros. Em termos globais, dos 182 *websites* analisados, 99,45% têm erros de prioridade A, 74,73% têm de AA e 86,26% têm erros de nível AAA. Assim, em termos de conformidade, pode-se concluir que apenas 0,55% (equivalente apenas a um *website*) dos *websites* da amostra estão conformes com o nível ‘A’ das WCAG 2.0 revelando que todos os restantes 181 *websites* não alcançaram o número mínimo de conformidade (nível A). Estes resultados vão novamente ao encontro da realidade encontrada pela Unidade ACESSO (2013), no seu estudo da acessibilidade dos sítios web de estabelecimentos de ensino superior em Portugal (usando também o AccessMonitor), na qual, apenas 0,8% da amostra estava conforme o

nível A e 99,2% dos *websites* apresentavam erros de nível A. Por outro lado, tanto na análise da Escola Superior de Educação Social (IPL) como na análise da Fundação para os Estudos e Formação Autárquica (CEFA), verificou-se que 100% das páginas falharam nos testes de nível A, ou seja, a conformidade do *website* com o nível A, é de 0% (CEFA, 2012; IPL, 2018).

Relativamente ao tipo de erros que o AccessMonitor identificou nos testes realizados em cada *website* (Apêndice 7), a maioria varia entre 0 e 2 erros, porém destacam-se: a marcação de formulários (nível A); marcação de links, menus e textos dos links (nível AAA); links para contornar blocos de informação (nível A) e standard W3C (Html + CSS) (nível A).

Marcação de formulários (nível A) - com um máximo de 6 erros e média de 1,62 que corresponde ao critério de sucesso “Em Entrada” (3.2.2) do WCAG 2.0 e que diz respeito ao objetivo que visa disponibilizar um mecanismo que permita aos utilizadores efetuar explicitamente um pedido de mudança de contexto, ou seja, para cada formulário, deve-se verificar que o mesmo dispõe de um botão “Submeter” (FCT, 2012). Exemplo prático (W3C, 2018):

- Um formulário inclui campos que representam os números de telefone dos E.U.A. Todos os números têm um indicativo de três dígitos seguido de um prefixo de três dígitos e, finalmente, um número com quatro dígitos, e cada parte do número de telefone é introduzida num campo separado. Quando o utilizador acaba de preencher um campo e introduz o primeiro dígito do campo seguinte, o foco move-se automaticamente para o campo seguinte do número de telefone. Este comportamento dos campos do número de telefone é descrito no início do formulário.

Em termos práticos, as técnicas referidas anteriormente permitem ajudar os utilizadores com incapacidades visuais ou com limitações cognitivas, visto que, avisa previamente os utilizadores de alterações, minimizando a confusão, uma vez que, as pessoas cegas ou com dificuldades de visão podem ter dificuldade em perceber quando ocorreu uma alteração visual de contexto, por exemplo, a apresentação de uma nova janela (W3C, 2018).

Marcação de links, menus e textos dos links (nível AAA) - com um máximo de 1 erro e média de 0,79. Esta falha está relacionada com a “finalidade do *link*” (2.4.9 - WCAG) e

ocorre quando um link é composto apenas por conteúdo não textual, como por exemplo uma imagem e esta deve ser sempre acompanhada de uma legenda (por exemplo: um equivalente alternativo textual), caso contrário o conteúdo poderá ser ignorado pela tecnologia de apoio (FCT, 2012), condicionado assim, o acesso a esta informação por parte das PCI. Caso este requisito se cumpra, ajuda (W3C, 2018):

- As pessoas com deficiências motoras, permitindo-lhes ignorar as páginas Web que não lhes interessam, evitando os batimentos de tecla necessários para aceder ao referido conteúdo e, em seguida, regressar ao conteúdo atual;
- As pessoas com limitações cognitivas não ficam desorientadas devido à navegação adicional em conteúdos que não lhes interessam.
- As pessoas com incapacidades visuais beneficiam por não perder a sua localização no conteúdo quando regressam à página original.

Ainda assim, é de destacar os erros: **“Links para contornar blocos de informação” (nível A)** e **“Standard W3C (Html + CSS)” (nível A)** apresentam as médias mais elevadas de erros (a seguir ao erro “Marcação de formulários”) com 1,48 e 1,27 respetivamente.

“Links para contornar blocos de informação” (nível A) – correspondente ao “ignorar blocos” (2.4.1 - WCAG), cuja finalidade é permitir que as pessoas naveguem sequencialmente e tenham um acesso mais direto ao conteúdo principal da página Web, sendo uma boa prática o seguinte exemplo dado pela W3C (2018):

- A página inicial de um *website* contém uma notícia a meio da página, rodeada por muitos blocos e barras laterais destinados a publicidade, procura e outros serviços. Existe um link no topo da página para aceder à notícia principal. Se não utilizar este link, o utilizador de teclado tem de utilizar a tecla de tabulação para percorrer cerca de 40 links para aceder à notícia principal; o leitor de ecrã tem de ouvir 200 palavras; e o utilizador de ampliador de ecrã tem de procurar a localização do corpo principal.

Analisando em termos geográficos (Apêndice 8), os resultados quanto ao grau de conformidade (A, AA e AAA), a região de Médio Tejo compreende tanto o mínimo (zero) como o máximo (18) do total de erros verificados. Na verdade, a região de Coimbra e a região das Beiras e Serra da Estrela destacam-se por terem uma média de erros superior à

média total verificada (9,74) com 10,27 e 10,10 respetivamente. Relativamente aos erros identificados pelo AcessMonitor do grau de conformidade A (grupo A), com a exceção das regiões: Beira Baixa, Beiras e Serra da Estrela e a região de Viseu - Dão Lafões, todas as restantes obtiveram erros iguais ao máximo verificado (14), sendo que a região do Médio Tejo compreende o mínimo (igual a zero) e as regiões de Coimbra e Leiria ostentam uma média superior à total de erros do grupo A (7,14) com 7,12 e 7,68 erros por *website* analisado respetivamente. Assim, em termos de conformidade, constata-se que todas as regiões da amostra não alcançaram o número mínimo de conformidade (nível A) das WCAG 2.0.

Quanto ao tipo de erros, tendo em conta a localização geográfica das AV (Apêndice 8), igualmente à análise geral, o erro **“Marcação de formulários” (nível A)** é o que compreende o maior número de erros verificados, com as regiões da Beiras e serra da Estrela bem como a Viseu – Dão Lafões a terem um máximo de 4 erros e as restantes regiões com 6 erros. Ainda nesta categoria, a região de Aveiro é a que tem a média mais alta (1,90) e a região da Beira Baixa ostenta a mais baixa com 1,00 erros, sendo que, a média total encontra-se nos 1,62 erros por cada teste realizado. Seguidamente, a componente **“Links para contornar blocos de informação” (nível A)** apresenta uma média total de 1,48 erros por teste. Aqui, destacam-se as regiões de Aveiro, Beiras e Serra da Estrela, Coimbra e Médio Tejo com média superior à total, sendo esta última a mais alta com 1,64 e opostamente, é a região da Beira Baixa com a média mais baixa (1,25).

Em média, 1,27 erros foram detetados na categoria **“Standard W3C (Html + CSS)” (nível A)** que tem como objetivo, garantir que as páginas *Web* tenham marcas de início e de fim completas e que estejam encaixadas de acordo com as especificações por forma a garantir que as tecnologias de apoio possam analisar o conteúdo de forma correta e sem bloquearem (W3C, 2018). Assim sendo, somente as regiões do Oeste (1,25), Coimbra (1,22) e Aveiro (1,14) apresentam uma média inferior à média total verificada nos *websites* analisados. Na outra extremidade, encontra-se a região da Beira Baixa com a média mais alta (1,50). Neste sentido, os resultados mostram que existe falta de técnicas, em todos os *websites* das Regiões do Centro de Portugal, para atender aos critérios supramencionados das WCAG 2.0, uma vez que, falham em providenciar texto alternativo quer das imagens quer na apresentação de novos conteúdos (quando se clica no botão de opção, caixa de verificação ou lista de seleção). Também a ausência de botões de navegação da página (por exemplo: botões ou

links para voltar ao menu inicial, menu expansível e recolhível), constitui lacunas que podem não permitir uma navegação fluida e sequencial, tanto para as tecnologias de apoio como para as pessoas com limitações cognitivas e com incapacidades visuais.

7.3.2 Resultados do TAW

A análise dos *websites* usando o TAW *online* 2.0 revela o total de incidentes identificados como problemas (“*problems*”), avisos (“*warnings*”) e não verificados (“*not reviewed*”). Contudo, dado que se obteve quase sempre os mesmo valores em todos os *websites* analisados, os dados “*not reviewed*” foram descartados dos resultados. Assim sendo, a Tabela 21 começa por demonstrar os resultados obtidos por localização geográfica quanto ao número de problemas e avisos identificados.

Na Região Centro de Portugal, foram identificados um total de 22.663 problemas, sendo que, o mínimo encontrado foi 2 incidentes e o máximo 722, ambos na região de Coimbra. Em média, cada *website* analisado identificou 124,52 problemas apresentando um desvio padrão na ordem dos 183,47. Viseu – Dão Lafões é onde se verifica a média mais baixa e um menor desvio padrão com 65,64 e 41,40 respetivamente. Já a Beira Baixa é a região onde se verificam os *websites* das AV que apresentam a média mais elevada de problemas (171,50), seguida da região de Coimbra (160,30) porém esta tem o maior desvio padrão (252,77).

Um total de 46.655 incidentes foram reportados pelo TAW e identificados como avisos (mais do dobro dos problemas identificados), tendo sido o mínimo e o máximo encontrados na região Oeste com 1 incidente e 2716 respetivamente.

A média de avisos da Região Centro de Portugal foi de 256,35 incidentes, na qual, a região Oeste foi a que apresentou o valor mais alto (328,86) e a região da Beira Baixa o valor mais baixo (158,75). Quanto ao desvio padrão, igualmente a região da Beira Baixa apresentou o menor valor (82,06) e a região do Oeste um maior desvio padrão (490,66).

Tabela 21 – Problemas e Avisos identificados na análise dos *websites* com base no TAW (por NUT III).

Localização das AV (por NUT III)	Amostra	Problemas identificados				Avisos identificados			
	N °	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
Beira Baixa	4	171,50	244,544	15	536	158,75	82,062	50	232
Beiras e Serra da Estrela	10	98,40	77,295	40	298	215,70	143,752	63	506
Médio Tejo	25	123,76	184,997	3	710	234,00	219,772	3	810
Oeste	36	108,78	155,495	3	712	328,86	490,666	1	2716
Região de Aveiro	22	154,86	200,144	13	720	285,41	351,677	3	1439
Região de Coimbra	37	160,30	252,727	2	722	234,32	239,976	2	1192
Região de Leiria	34	109,59	163,391	4	712	226,24	218,272	2	847
Região Viseu - Dão Lafões	14	65,64	41,403	3	133	252,36	229,765	2	734
Região Centro de Portugal	182	124,52	183,474	2	722	256,35	306,870	1	2716

Todavia, para além de o TAW *online* 2.0 apresentar a informação básica do tipo de incidentes identificados na análise dos *websites*, também disponibiliza um relatório detalhado sobre quais os princípios e critérios de sucesso detetados e identificados como problemas ou avisos tendo em conta os três níveis de conformidade (A, AA e AAA), daí ser necessário ter em mente a lista e estrutura das WCAG 2.0 (Tabela 10).

“Problemas”

Neste sentido, a Tabela 22, começa por apresentar os problemas identificados, agrupando-os pelos 4 princípios que regem o WCAG 2.0 (Percetível; Operável; Compreensível; Robusto) e pela localização das AV tendo em conta a NUT III.

Dos quatro princípios, o que apresenta uma média maior de problemas é o Percetível (por exemplo: conteúdo não textual das imagens, sem legenda, sem descrição de áudio, sem contraste de cor, etc.) com uma média de 42,26 incidentes e dentro da Região Centro, a Beira Baixa tem uma média de 80,00 incidentes (com o maior desvio padrão:116,04), comparativamente com Viseu – Dão Lafões que detém a média e o desvio padrão mais baixos desta categoria, 22,86 e 16,76 respetivamente. O princípio que apresentou a média mais baixa de incidentes detetados, foi o Compreensível (as informações e a utilização da interface do utilizador devem ser compreensíveis). Aqui, a região de Viseu – Dão Lafões também obteve a média mais baixa (6,21) assim como o desvio padrão (3,98) enquanto que a região de Coimbra tem tanto a média (38,70) como o desvio padrão (80,25) mais altos nesta categoria.

Neste sentido, os resultados revelam que a ferramenta detetou problemas e podemos concluir que são necessárias ações por parte dos programadores e *web designers* dos *websites*, de forma a efetuar mudanças e correções em todos os princípios, destacando-se o Percetível e o Robusto, uma vez que, apresentam as médias mais elevadas (42,26 e 38,14 respetivamente). Isto implica que existem falhas na apresentação da informação e dos componentes de interface do utilizador, isto é, o conteúdo pode não estar a ser apresentado de forma suficientemente robusta, constituindo assim, uma dificuldade para uma ampla diversidade de utilizadores (incluindo tecnologias de apoio) conseguirem perceber e interpretar a informação de forma fiável.

Tabela 22 – Problemas agrupados por princípios com base no TAW.

Localização das AV (por NUT III)	Amostra	Tipo de Problemas identificados							
		Perceptível		Operável		Compreensível		Robusto	
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
Beira Baixa	4	80,00	116,037	17,75	12,148	30,25	59,169	43,50	71,784
Beiras e Serra da Estrela	10	35,40	36,293	25,40	19,923	10,80	17,041	26,80	26,968
Médio Tejo	25	39,84	61,947	22,56	34,551	18,88	47,277	42,48	59,112
Oeste	36	37,89	56,206	24,92	32,453	11,75	37,021	34,22	58,503
Região de Aveiro	22	52,95	68,447	27,73	30,335	29,27	62,200	44,91	57,757
Região de Coimbra	37	52,78	82,899	23,70	25,149	38,70	80,249	45,11	72,649
Região de Leiria	34	35,88	55,693	18,56	17,434	19,74	51,178	35,41	51,734
Região Viseu - Dão Lafões	14	22,86	16,760	11,93	9,211	6,21	3,984	24,64	20,455
Região Centro de Portugal	182	42,26	63,376	22,37	26,372	21,75	54,374	38,14	56,973

Hierarquicamente, logo a seguir aos princípios seguem-se as 12 diretrizes que constituem os objetivos básicos que os desenvolvedores *web* devem ter em conta, por forma a que o conteúdo seja o mais acessível possível às PCI (W3C, 2018).

De acordo com os resultados obtidos, das 12 diretrizes, foram identificados problemas em 9 diretrizes (Apêndice 10): 1.1- alternativas em texto; 1.3- adaptável; 2.1- acessível por teclado; 2.2- tempo suficiente; 2.4- navegável; 3.1- legível; 3.2- perceptível; 3.3- assistência de entrada; 4.1 - compatibilidade. Isto pode revelar algumas lacunas no fornecimento de alternativas em texto e conteúdo adaptável, na acessibilidade por teclado e respetiva ajuda na navegação da página (tempo suficiente para ler e utilizar o conteúdo), na ajuda dos utilizadores através de informação legível e previsível bem como a compatibilidade com os utilizadores e outras tecnologias.

As diretrizes que apresentam uma maior média de problemas identificados, vão ao encontro das conclusões já mencionadas, uma vez que, correspondem também aos dois princípios com a média mais alta de problemas, mais propriamente o Perceptível (somatório das diretrizes 1.1 e 1.3) e o Robusto (diretriz 4.1). Com uma média de 36,84 problemas identificados, a diretriz 4.1 “Compatível” tem como objetivo maximizar a compatibilidade com atuais e futuros agentes de utilizador, incluindo tecnologias de apoio” (W3C, 2018). Destaca-se ainda, por ser onde se verifica um maior valor (máximo de 254 problemas) de problemas entre as diretrizes em análise, a região Oeste da zona Centro de Portugal como aquela que mais contribuiu para este valor (254). Posteriormente, surge a diretriz “alternativas em texto” (1.1) com a segunda média de problemas mais alta (22,43). Esta diretriz tem o propósito de fornecer alternativas em texto para qualquer conteúdo não textual, por forma, a que esse conteúdo seja alterado e adaptado à necessidade da pessoa, (exemplos: tais como impressão em caracteres ampliados, braille, fala, etc.) (W3C, 2018). Novamente foi na região Oeste onde se verificou um máximo de 174 problemas nesta componente, sendo que, a Beira Baixa apresenta a média mais elevada (38,75) e a região das Beiras e Serra da Estrela apresenta a mais baixa com 13,50 problemas identificados por cada teste.

Geograficamente, destacam-se as regiões de Coimbra, Beira Baixa e Aveiro com médias superiores a 20,10 problemas por cada teste, enquanto que a região da Beiras e Serra da

Estrela ostenta a média mais baixa com 4,20 problemas. Ainda assim, as AVs localizadas nas regiões do Médio Tejo, Oeste, Aveiro, Coimbra e Leiria, obtiveram todas 215 problemas como máximo, igualando assim, o máximo nesta diretriz. As restantes diretrizes, apresentam médias abaixo dos 20,00 problemas identificados por cada análise de *website*.

Feita a análise das principais diretrizes com problemas identificados, partiu-se para a análise aos problemas identificados nos critérios de sucesso (conjunto de requisitos testáveis) na análise dos *websites* das AVs (Apêndice 11).

Um total de 13 critérios apresentaram problemas identificados pelo TAW *online* 2.0 (Apêndice 11): 1.1.1- conteúdo não textual; 1.3.1- informações e relações; 2.1.3-teclado sem exceção; 2.2.2-colocar em pausa, parar, ocultar; 2.4.2- página com título; 2.4.4- finalidade do link (em contexto); 2.4.9- finalidade do link (apenas o link); 2.4.10- cabeçalhos da secção; 3.1.1- idioma da página; 3.2.2- em entrada; 3.3.2- etiquetas ou instruções; 4.1.1- análise; 4.1.2- nome, função, valor.

A média mais baixa tem o valor 0,01 (correspondente ao critério 2.2.2 - colocar em pausa) e a mais alta 22,43 (correspondente ao critério 1.1.1- conteúdo não textual). Dos 13 critérios apenas três correspondem ao grau de conformidade mais alto (nível AAA), pertencendo os restantes ao grau de conformidade mais baixo (nível A). O critério 1.1.1 é o que apresenta a maior média de problemas identificados e trata do “conteúdo não textual”, que refere que o conteúdo ao ser apresentado ao utilizador tem que ter uma alternativa em texto com a mesma finalidade, como por exemplo: descrição de uma imagem: “Uma imagem mostra como é um brinquedo numa perspetiva frontal (de frente). A alternativa em texto descreve uma visão frontal do brinquedo” (W3C, 2018). Em termos geográficos, os resultados e respetiva análise são iguais aos da diretriz 1.1 importando salientar que é um componente de nível de conformidade A (mais baixo).

Logo a seguir, com uma média de 22,10 e máximo de 253 problemas identificados, o critério de sucesso 4.1.1 (nível A) refere-se à “análise” (da compatibilidade) que diz: “no conteúdo implementado utilizando linguagens de marcação, os elementos dispõem de marcas de início e de fim completas, os elementos estão encaixados de acordo com as respetivas especificações, os elementos não contêm atributos duplicados, e todos os Ids são exclusivos,

exceto quando as especificações permitem estas características” (W3C, 2018). Neste critério, destacam-se a região do Oeste que ostenta o máximo (253) e a média mais alta (28,42), a região das Beiras e Serra da Estrela com 10,70 problemas identificados sendo assim a que tem a média mais baixa. A região da Beira Baixa apresenta um máximo de apenas 60 problemas, porém é a que obteve um mínimo de três problemas identificados em cada *website* analisado, o que revela que todas as AVs desta região têm pelo menos três problemas neste critério.

Todavia, o critério “etiquetas ou instruções” (3.3.2) pertence ao grupo dos que se destacam, tendo os restantes critérios de sucesso média inferior a 20,00 problemas identificados. Sendo um critério de nível A, tem como objetivo avaliar se as etiquetas ou instruções são fornecidas quando o conteúdo exigir a entrada de dados por parte do utilizador (W3C, 2018). Este critério, com uma média de 20,10 obteve um máximo de 215 problemas, observado em cinco das oito Regiões do Centro de Portugal. Já a região das Beiras e Serra da Estrela foi onde se verificaram menos problemas (máximo de 12) e a que tem a média mais baixa (4,10). Em sentido oposto, as regiões de Coimbra, Beira Baixa e Aveiro, apresentam médias superiores à do critério de sucesso em questão.

Olhando para o grau de conformidade, os únicos critérios de sucesso identificados de nível AAA, encontram-se nas diretrizes 2.1 e 2.4 que estão inseridas no Princípio 2 – Operável: os componentes da interface de utilizador e a navegação têm de ser operáveis. Assim sendo, a identificação de problemas nestes critérios, revelam que a página web das AV não cumpre todos os critérios de sucesso de nível A, nível AA e nível AAA, ou então é fornecida uma versão alternativa em conformidade de nível AAA (W3C, 2018). Mais concretamente, estamos a falar das diretrizes “teclado sem exceção” (média de 2,65), “finalidade do link (apenas o link)” (média de 5,14) e “cabeçalhos da secção” (média de 3,77).

A primeira debate-se sobre o “teclado (sem exceção)”, em que toda a funcionalidade do conteúdo é operável através de uma interface de teclado sem requerer temporizações específicas para digitação individual (W3C, 2018). Neste critério, destacam-se as regiões do Médio Tejo e Oeste com médias superiores a 6 problemas e ambas com um máximo de 140. A região da Beira Baixa e a das Beiras e Serra da Estrela, não possuem problemas identificados neste critério.

O critério de sucesso 2.4.9 aborda a “finalidade do link (apenas o link)”: referindo que deve estar disponível um mecanismo para permitir que a finalidade de cada link seja identificada a partir apenas do texto do link, exceto quando a finalidade do link for ambígua para os utilizadores em geral (W3C, 2018). A região Oeste neste critério lidera com a média mais elevada na ordem dos 8,00 e o máximo de 47 problemas identificados. Por outro lado, a região Viseu-Dão Lafões obteve uma média de apenas 1 problema por teste, sendo o seu máximo verificado de 4 problemas.

Por fim, o critério de sucesso 2.4.10 está relacionado com os “cabeçalhos da secção: os cabeçalhos da secção são utilizados para organizar o conteúdo” (W3C, 2018). Com um mínimo de pelo menos 1 erro por *website* analisado, a região da Beira Baixa detém a maior média (7,50) nesta componente e opostamente encontra-se a região Viseu-Dão Lafões com a média mais baixa (0,93 problemas) e onde se identificou menos problemas (máximo igual a dois).

“Avisos”

Relativamente aos avisos identificados, os resultados revelam que a ferramenta assinalou a existência de um possível problema (“warning”), podendo assim, concluir-se que é necessária uma revisão humana (*a human review is needed*). Novamente e tendo como referência os resultados apresentados na Tabela 23, Percetível é o princípio que apresenta uma média mais alta de incidentes (111,62), bem como o maior desvio padrão (159,91). Mais concretamente, a região da Beira Baixa tem a média mais baixa (69,00) nesta categoria, contrariamente à região do Oeste com 148,14.

Segue-se o Compreensível como a categoria com uma média inferior aos restantes princípios, com um valor na ordem dos 21,75. Aqui, a região da Beira Baixa obteve a média mais alta (26,75) enquanto que, a região de Coimbra tem a média e desvio padrão mais baixos nesta categoria, com 16,89 e 14,700 respetivamente.

Tabela 23 – Avisos agrupados por princípios com base no TAW.

Localização das AV (por NUT III)	Amostra	Tipo de Avisos identificados							
		Perceptível		Operável		Compreensível		Robusto	
		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
Beira Baixa	4	69,00	45,336	54,00	32,629	26,75	21,639	9,00	3,916
Beiras e Serra da Estrela	10	91,30	68,246	41,70	17,166	25,40	12,677	57,30	100,469
Médio Tejo	25	93,56	89,932	40,64	47,174	24,08	23,180	75,72	151,853
Oeste	36	148,14	278,294	40,56	56,959	22,14	22,301	118,03	212,866
Região de Aveiro	22	118,23	159,697	46,73	47,064	24,14	17,940	96,32	280,984
Região de Coimbra	37	112,24	118,938	39,03	39,062	16,89	14,700	66,16	133,650
Região de Leiria	34	96,26	106,627	37,97	29,389	20,09	15,879	71,91	122,120
Região Viseu - Dão Lafões	14	101,86	116,904	27,07	18,615	25,64	15,370	97,79	120,403
Região Centro de Portugal	182	111,62	159,910	39,84	41,492	21,75	18,322	83,14	171,240

Olhando agora mais em detalhe e à semelhança com os problemas identificados, das 12 diretrizes, também foram nomeadas 9 diretrizes (1.1- alternativas em texto; 1.2- multimédia baseada no tempo; 1.3- adaptável; 1.4- discernível; 2.1- acessível por teclado; 2.4- navegável; 3.2- previsível; 3.3- assistência de entrada; 4.1- compatível) e identificadas como avisos, resultando no total de ocorrências de cada diretriz identificadas como avisos (Apêndice 12).

Novamente, é o princípio 1 (percetível) com maior representatividade de diretrizes apresentando a maior média de avisos identificados. Assim sendo, juntamente com a diretriz “compatível” (4.1), são novamente os princípios Percetível (somatório das diretrizes 1.1 1.2 1.3 e 1.4) e o Robusto (diretriz 4.1) com a média mais alta de ocorrências, porém neste caso, trata-se de avisos identificados. Mais especificamente, a diretriz 4.1 é a que apresenta a média de avisos mais elevada (com 77,08) e o maior número de avisos (1289) verificado na região de Aveiro. Já a região do Oeste, destaca-se por apresentar uma média de 120,39 avisos por cada teste e a região da Beira Baixa com a média e número de avisos mais baixos (5,50 e máximo de 10 avisos).

A diretriz 1.3 é a que apresenta a segunda maior média de avisos (52,02) o que significa que é a componente em que os *websites* das AVs estudadas, que tem maior probabilidade de vir a existir de um possível problema daí a necessidade de uma revisão humana, visto que, esta diretriz intitulada de “Adaptável” tem haver com a criação de conteúdos que possam ser apresentados de diferentes maneiras (por ex., uma disposição mais simples) sem perder informação ou estrutura (W3C, 2018). Aqui apenas a região do Oeste (com o máximo da categoria: 752 avisos), de Aveiro e de Coimbra têm médias superiores ao total da diretriz, enquanto que a região das Beiras e Serra da Estrela é a que tem a média mais baixa com 33,10 avisos identificados em cada análise de *website*.

Na verdade, a região de Coimbra destaca-se por ser a única região em que se identificaram avisos na diretriz “multimédia baseada no tempo” (1.2) resultando assim a diretriz com a média mais baixa (0.05) e um máximo de apenas 9 avisos em cada análise de *website*. Esta diretriz tem como finalidade fornecer acesso a conteúdo em multimédia sincronizada

e baseada no tempo (incluindo multimédia composta por: apenas áudio, apenas vídeo e outras combinações com interação) (W3C, 2018).

A região da Beira Baixa realça-se das demais, visto que, apresenta pelo menos 13 avisos identificados em cada teste de *website*, revelando a possibilidade de existirem possíveis problemas em fornecer formas de ajudar os utilizadores a navegar, localizar conteúdos e determinar o local em que se encontram (diretriz 2.4 - Navegável). Por outro lado, as regiões de Aveiro, Coimbra e Leiria apresentam um máximo (o mais baixo verificado) de 6 avisos na diretriz “acessível por teclado” (2.1) que tem haver em poder executar todas as funcionalidades a partir do teclado.

Relativamente aos critérios identificados como avisos (Apêndice 13), foram identificados avisos em 31 critérios de sucesso, dos quais, 8 pertencem ao grau de conformidade máximo (nível AAA), 8 pertencem ao nível AA e os restantes têm associado o grau de conformidade mais baixo (nível A), sendo que, desse total, metade diz respeito ao princípio 1 (Perceível). Estes números relatam que os *websites* não cumprem na íntegra as exigências mínimas de acessibilidade o que, consequentemente, pode significar que a informação não está a ser disponibilizada de forma a que os utilizadores a possam perceber.

Coimbra destaca-se por ser a única região com ocorrências (embora com a média mais baixa de avisos por teste) nos critérios de sucesso: 1.2.1- apenas áudio e apenas vídeo; 1.2.2- legenda (pré-gravada); 1.2.3- áudio descrição ou alternativa em multimédia; 1.2.4- legendas (em direto); 1.2.5- áudio-descrição (em direto); 1.2.6- língua gestual (pré-gravada); 1.2.7- áudio-descrição alargada (pré-gravada); 1.2.8- alternativa em multimédia (pré-gravada); 1.2.9- apenas áudio (em direto); 1.4.2- controlo de áudio; e 1.4.7- som baixo ou sem som de fundo- revelando assim, a necessidade de uma revisão por parte de um técnico visto que se tratam de possíveis problemas ao nível da perceção (princípio 1).

Opostamente, é o critério 4.1.1- “análise” (nível A) com a média mais alta (77,10 avisos por *website* analisado) e o maior número de avisos (1289) verificado na região de Aveiro. Já a região do Oeste, destaca-se por apresentar uma média de 120,39 avisos por cada teste e a

região da Beira Baixa com a média e número de avisos mais baixos (5,50 e máximo de 10 avisos).

Todavia, dos critérios de sucesso de nível AAA, evidencia-se o 3.2.5 “alteração a pedido” (com máximo de 91 avisos) em que somente as regiões Beira Baixa, Oeste, Viseu-Dão Lafões e Aveiro têm média superior à deste critério (7,31), com a média mais baixa a pertencer à região de Leira (5,35). A finalidade deste critério é permitir controlo por forma a eliminar potenciais confusões provocadas por alterações de contexto inesperadas (exemplo: aparecimento automático de novas janelas) que podem causar dificuldades às PCI, nomeadamente a pessoas com deficiências motoras, dificuldades de visão/ cegas e com determinadas limitações cognitivas (W3C, 2018).

Relativamente aos critérios de sucesso de nível AA, destaque para o “cabeçalhos e etiquetas” (2.4.6) com uma média de 20,12 avisos e máximo de 136, em que as regiões da Beira Baixa, Aveiro, Beiras e Serra da Estrela e Oeste possuem médias superiores à total obtida no critério, enquanto que a região de Viseu-Dão Lafões é a que possui a média mais baixa desta componente (11,71). De salientar que este critério tem haver com “Cabeçalhos e Etiquetas” que tem como finalidade ajudar os utilizadores a compreender a informação (e a ver a sua organização) existente nas páginas Web (W3C, 2018).

7.3.3 Classificação dos *websites*

Geograficamente e tendo em conta a análise efetuada, pode-se concluir que não existe relação entre o nível de acessibilidade dos *websites* das agências de viagens e a sua localização na Região Centro de Portugal, nomeadamente em termos de NUT III. Contudo, a Tabela 24 demonstra o top 10 dos *websites* com melhores e piores pontuações do AccessMonitor. Neste sentido, a região de Coimbra tem maior representatividade com os melhores *websites* de AV e não existindo ligação entre a melhor acessibilidade e o ano de registo, visto que, varia entre 2011 e 2018 (embora mais de metade sejam antes de 2014).

Relativamente aos *websites* com pontuação mais baixa, a distribuição é mais heterogénea, destacando-se a região de Leiria com três indicações e mais de metade das agências de viagens tem data de registo de 2011.

Tabela 24 – Ranking de *websites* de acordo com a pontuação do AccessMonitor.

<i>Websites com melhor pontuação</i>			<i>Websites com pior pontuação</i>		
NUT III (região)	Data de Registo	Pontuação	NUT III (região)	Data de Registo	Pontuação
Coimbra	2014	7,3	Médio tejo	2011	2,8
Beira Baixa	2017	7,3	Oeste	2011	3,1
Leiria	2011	7,3	Coimbra	2011	3,1
Coimbra	2017	7,1	Coimbra	2017	3,3
Leiria	2011	6,9	Beira Baixa	2018	3,3
Aveiro	2012	6,7	Leiria	2011	3,4
Coimbra	2013	6,6	Leiria	2018	3,4
Coimbra	2018	6,6	Oeste	2015	3,5
Aveiro	2013	6,5	Leiria	2011	3,5
Médio Tejo	2013	6,5	Viseu - Dão Lafões	2011	3,5

Não obstante, a Tabela 25 também apresenta um ranking de páginas web de AV da Região Centro de Portugal, tendo em conta os problemas encontrados com a ferramenta TAW *online* 2.0. Novamente, é a região de Coimbra que se destaca nas agências de viagens com menos acessibilidade *online*, com metade da representatividade e neste caso todas as regiões implicadas pertencem ao litoral. Ainda assim, é de realçar que mais de metade das AVs, presentes neste ranking, têm o ano de 2011 como data de registo.

Tabela 25 – *Ranking* dos piores *websites* em termos de acessibilidade de acordo com os problemas encontrados.

NUT III (região)	Ano de Registo	Perceptível	Operável	Compreensível	Robusto	Total de Incidentes
Coimbra	2011	235	74	218	195	722
Coimbra	2011	235	72	218	195	720
Aveiro	2012	235	72	218	195	720
Coimbra	2013	235	71	218	195	719
Leiria	2011	235	64	218	195	712
Aveiro	2011	235	63	218	196	712
Oeste	2011	235	64	218	195	712
Coimbra	2011	235	63	218	195	711
Leiria	2017	235	63	218	195	711
Coimbra	2015	235	63	218	195	711

7.4 Identificação dos grupos homogêneos de Agências de Viagens de acordo com o nível de acessibilidade dos *websites*

A identificação dos grupos homogêneos, foi realizada através de uma análise de clusters hierárquica, utilizando como método de agregação o método *Ward*, usando as variáveis “Índice global do AccessMonitor”, “AccesMonitor erros tipo A”, “AccesMonitor erros tipo AA” e “AccesMonitor erros tipo AAA” para criar os clusters. Para identificar o número de clusters a reter, foram analisados o dendograma e a tabela de aglomeração. Com base nesta análise, a solução mais adequada seria a de 3 clusters. Os clusters foram comparados utilizando a ANOVA (Tabela 26), sendo que, os pressupostos deste teste foram analisados (normalidade e homoscedasticidade) tendo-se verificado que para todas as variáveis era possível a sua utilização.

O Cluster 1 (N = 61) – “*websites* com menor acessibilidade”, tem uma representatividade de 33,5 % da amostra total e contém os *websites* das AVs e OTs com a média mais baixa do Índice global do AccessMonitor (3,789), destacando-se também, os *websites* com o maior número de erros nos três níveis de conformidade (A, AA, AAA), com especial destaque para o grau de exigência mais baixo (nível de conformidade A) que apresenta uma média de 10,23 erros por teste efetuado. Igualmente em termos de representatividade (33,5 %), o Cluster 2

(N = 61) – “websites com moderada acessibilidade”, fazem parte os websites das AVs e OTs com média positiva (5,123) do Índice global do AccessMonitor e também onde se encontram os websites com o maior número de erros do tipo AAA (média de 10,23). Por fim, o Cluster 3 – “websites com maior acessibilidade”, tem uma representatividade de 33 % (N = 60) da amostra total. Nele estão presentes os websites das AVs e OTs com a melhor pontuação do Índice global do AccessMonitor (média de 5,425), assim como, os websites com a menor média de erros identificados quer do nível de conformidade AA (0,68) quer do nível de conformidade AAA (0,58).

Tabela 26 – Comparação de Clusters usando a ANOVA.

Componentes	Total da amostra	Cluster 1 “websites com menor acessibilidade”		Cluster 2 “Websites com moderada acessibilidade”		Cluster 3 “Websites com maior acessibilidade”		ANOVA	
	N = 182	N = 61	% = 33,5	N = 61	% = 33,5	N = 60	% = 33	F	p-value
	Média	Média		Média		Média			
Índice Global do AccessMonitor	4,775	3,787 ¹		5,123 ²		5,425 ³		100.527	0.000
AccessMonitor erro A	7,14	10,23 ²		5,77 ¹		5,40 ¹		92.484	0.000
AccessMonitor erro AA	1,03	1,66 ²		0,74 ¹		0,68 ¹		43,582	0.000
AccessMonitor erro AAA	1,57	1,80 ²		2,30 ³		0,58 ¹		232,537	0.000

Legenda: Subconjuntos homogêneos – 1,2,3

Todavia, por forma a assinalar outras características dos clusters, efetuou-se a comparação pelo tipo de problemas (Tabela 27) e avisos (Tabela 28) identificados pelo TAW tendo em conta os 4 princípios do WCAG (Perceível, Operável, Compreensível e Robusto). Como já referenciado nos resultados do ponto 7.3.1, os princípios Perceível e Robusto foram os que obtiveram uma média superior de erros identificados. Os mesmos princípios destacam-se igualmente nesta análise, apresentando as médias mais altas e enquadrando-se no Cluster 1

– “websites com menor acessibilidade”, ou seja, os *websites* pertencentes a este cluster apresentam mais falhas nestes componentes, que devido à sua relevância, a sua ausência diminui a acessibilidade de uma página web.

Contrariamente ao esperado, os problemas relacionados com o princípio Compreensível, detém a média mais baixa no Cluster 2 - “websites com moderada acessibilidade”, em vez de isso se verificar no Cluster 3 – “websites com maior acessibilidade”, visto que, nos restantes princípios apresenta sempre a média mais baixa comparativamente com os outros clusters. Este resultado pode dever-se ao facto de o cluster 2 conter um grande número de *websites* em que a informação e a interface do utilizador são mais compreensíveis do que os restantes *websites* pertencentes aos clusters 1 e 3.

Tabela 27 – Comparação de Clusters em termos de problemas identificados através do TAW.

Princípios	Total da amostra	Cluster 1 “websites com menor acessibilidade”		Cluster 2 “Websites com moderada acessibilidade”		Cluster 3 “Websites com maior acessibilidade”		ANOVA	
	N = 182	N = 61	% = 33,5	N = 61	% = 33,5	N = 60	% = 33	F	p-value
	Média	Média		Média		Média			
Perceível	41,70	85,49 ²		20,74 ¹		18,50 ¹		27,082	0.000
Operável	22,19	32,10 ²		21,10 ^{1, 2}		13,22 ¹		7,311	0.001
Compreensível	21,21	52,34 ²		4,28 ¹		6,77 ¹		18,924	0.000
Robusto	36,84	67,66 ²		22,66 ¹		19,93 ¹		15,724	0.000

Legenda: Subconjuntos homogêneos – 1,2,3

Tabela 28 – Comparação de Clusters em termos de avisos identificados através do TAW.

Princípios	Total da amostra	Cluster 1 “websites com menor acessibilidade”		Cluster 2 “Websites com moderada acessibilidade”		Cluster 3 “Websites com maior acessibilidade”		ANOVA	
	N = 182	N = 61	% = 33,5	N = 61	% = 33,5	N = 60	% = 33	F	p-value
	Média	Média		Média		Média			
Perceível	105,62	150,00 ²		105,67 ^{1, 2}		60,45 ¹		5,077	0.007
Operável	38,76	60,72 ²		34,84 ¹		20,43 ¹		15,364	0.000
Compreensível	20,60	30,36 ²		18,87 ¹		12,43 ¹		17,271	0.000
Robusto	77,08	69,92 ¹		106,75 ¹		54,18 ¹		1,541	0.217

Legenda: Subconjuntos homogêneos – 1,2,3

Analogamente aos problemas, também os princípios Percetível e Robusto apresentam as médias mais altas em termos de avisos identificados (verificadas no cluster 1). Contudo, o Cluster 2 detém uma média superior no princípio Robusto, comparativamente com os restantes clusters, podendo significar que o conteúdo dos websites presentes neste cluster não é robusto o suficiente para poder ser interpretado de forma fiável.

7.5 Conclusão

Em suma, o estudo revelou que na análise dos *websites* das agências de viagens no Centro de Portugal, em termos de satisfação dos testes executados pelo AccessMonitor, seguem uma “Prática Regular” e onde existe uma maior média de incidentes identificados é nos princípios: Percetível e Robusto, sendo o Compreensível o princípio com menor média de erros identificados. Assim sendo, estes resultados vão ao encontro dos resultados do estudo de Vila, González, e Darcy (2018), que analisou os *websites* oficiais de turismo dos países do Norte da Europa, uma vez que, também observou que os princípios Percetível e Robusto foram os mais críticos em termos de incidentes registados. Também os estudos de Shi (2006) e de Mills, Han, e Clay (2008) vão ao encontro dos resultados encontrados, uma vez que, em ambos os estudos, concluiu-se que os *websites* analisados falharam em pelo menos um critério das WCAG que, consequentemente, pode constituir uma dificuldade em aceder e navegar pelos *websites*, por parte dos utilizadores com algum tipo de incapacidade ou necessidade.

Tendo em conta o grau de conformidade, ambas as ferramentas detetaram mais erros, problemas e avisos no nível A (grau de conformidade mais baixo), seguindo-se o nível AAA (grau de conformidade mais alto) e por último o nível AA. Na verdade, isto revela que muitos dos *websites* nem sequer preenchem na totalidade os requisitos básicos da acessibilidade da *web*, constituindo ou aumentando assim, uma barreira impeditiva da utilização dos *websites* por parte das PCI. Igualmente, os resultados do estudo de Akgül e Vatansever (2016) concluíram que a grande maioria dos *websites* do governo Turco não cumpriam os níveis mínimos dos requisitos de acessibilidade *web*.

Capítulo 8 – Conclusões e Limitações

8.1 Conclusões

Ao nível da literatura, foi possível constatar que recentemente, o estudo da temática Turismo Acessível tem vindo a aumentar e a ganhar relevância na comunidade académica, apesar de as publicações em alguns subtópicos ainda serem limitadas, como por exemplo estudos que analisam os intermediários em turismo (agências de viagens e operadores turísticos) e o turismo acessível.

Um dos objetivos da revisão da literatura foi perceber o papel dos intermediários no sistema turístico. A revisão da literatura evidenciou que os intermediários em turismo têm um papel extremamente relevante na cadeia de distribuição, uma vez que servem de ligação entre os fornecedores e os consumidores. As suas funções (por exemplo: emissão e entrega de documentação relativa à viagem) e características (executarem atividades principais e acessórias) trazem benefícios para ambas as partes, como o conhecimento do mercado (para os fornecedores) e aconselhamento profissional e especializado (para os consumidores).

Na verdade, com o aumento do número de pessoas com incapacidades ou necessidades específicas temporárias ou permanentes, a ser uma tendência esperada (Gillovic & McIntosh, 2015). Assim sendo, e de forma resumida, na literatura o conceito de turismo acessível está relacionado com a integração de todas as pessoas, por forma a ter acesso a todos os serviços turísticos, em qualquer destino turístico, independentemente da sua condição ou situação (Zsarnoczky, 2018).

A revisão da literatura também permitiu identificar o papel dos intermediários no desenvolvimento do turismo acessível. Sendo as agências de viagens e os operadores turísticos uns dos principais intermediários em turismo, o seu comportamento e capacidade de resposta às necessidades deste mercado, segundo a literatura, devem ter em conta alguns requisitos nos produtos que disponibilizam, nomeadamente ao nível da acessibilidade física das infraestruturas (como por exemplo hotéis e atrações), devem fornecer informação sobre a acessibilidade dos produtos que comercializam e a informação que é fornecida também deve ser acessível. Outro dos pontos associados ao TA são as barreiras e constrangimentos

que as PCI encontram. A literatura referencia que estas barreiras podem ser distinguidas em barreiras ambientais e barreiras sociais (UNWTO, 2016c), sendo que, estudos publicados identificam que as principais barreiras são ao nível da acessibilidade e ao nível das atitudes, nos estabelecimentos de restauração, hotéis e atrações (Kim & Lehto, 2012).

De forma a aumentar o conhecimento nesta área, um dos estudos empíricos realizados nesta dissertação - análise das reclamações do Portal da Queixa - cujo objetivo era identificar constrangimentos para a prática de TA relacionados com as AVs e OTs, permitiu concluir que o segmento que apresentou mais queixas foi o das pessoas com crianças/bebês, seguido do das pessoas com incapacidades físicas (representando 23,07 %). As principais barreiras identificadas foram ao nível da acessibilidade física dos serviços comercializados (quartos e hotéis) e da atitude dos funcionários desses serviços. A maioria das reclamações sobre os produtos comercializados pelas AVs e OTs diziam respeito ao alojamento e transportes. Por último, a informação fornecida pelas agências de viagens é o segundo tipo de queixa mais referenciado durante a análise das reclamações, na qual, está relacionado com o fornecimento de informação incorreta ou imprecisa por parte das agências de viagens. Consequentemente, pode-se concluir que existe uma lacuna em termos de consciência e formação dos profissionais de turismo para responder às necessidades e solicitações do mercado do TA. Não basta resolver a acessibilidade dos espaços (barreiras ambientais), mas também é importante investir na eliminação das barreiras sociais, ou seja, apostar no conhecimento e formação para um aumento da consciência e da atitude, por forma a atender as diferentes necessidades deste mercado.

Vários autores (Buhalis & Michopoulou, 2011; Michopoulou & Buhalis, 2013; Pühretmair & Buhalis, 2008) alertam para a necessidade de a indústria turística ter em atenção não só a acessibilidade física mas também a acessibilidade da informação. Nos dias de hoje, em especial a informação acessível na Internet, é um dos elementos fundamentais para que a atividade turística possa ser uma atividade praticada por todos. Neste sentido, existem “As Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web” (WCAG), um guia de referência mundial que visa apresentar um conjunto de conselhos (à base de atributos e elementos) para ajudar os responsáveis pelo desenvolvimento de *websites* a tornar o conteúdo da Web mais acessível para as pessoas com incapacidades.

Neste sentido, o segundo objetivo empírico - a análise da acessibilidade dos *websites* das agências de viagens e operadores turísticos existentes na Região Centro de Portugal - revelou que os *websites* das AVs e OTs no Centro de Portugal, apesar de obterem uma pontuação mediana que os distingue como “Prática Regular”, possuem muitos problemas, nomeadamente, no grau de conformidade e exigência mais baixo (nível A), seguindo-se o nível AAA (grau de conformidade mais alto). Ainda assim, destacam-se as falhas na informação e nos componentes da interface do utilizador (Princípio: Percetível) e na robustez do conteúdo (Princípio: Robusto), onde se verificou uma maior média de incidentes identificados, na qual, tem implicações diretas principalmente nos utilizadores com incapacidades visuais e limitações cognitivas, bem como nas tecnologias de apoio. Estes resultados vão ao encontro dos resultados do estudo de Vila, González, e Darcy (2018) (análise dos *websites* oficiais de turismo dos países do Norte da Europa), uma vez que, também observou que os princípios Percetível e Robusto foram os mais críticos em termos de incidentes registados. Geograficamente os resultados demonstram que não se verifica relação entre o nível de acessibilidade dos *websites* das agências de viagens e a sua localização no território nacional, nomeadamente, na NUT III. Na verdade, estes resultados revelam que muitos dos *websites* não preenchem na totalidade os requisitos básicos da acessibilidade da *web* constituindo ou aumentando assim uma barreira impeditiva da utilização dos *websites* por parte das PCI.

Em suma, é possível afirmar que o objetivo principal foi alcançado, uma vez que se pretendia verificar se os intermediários em turismo (agências de viagens e operadores turísticos) estão preparados para satisfazer as necessidades do mercado do turismo acessível, na qual, os resultados e conclusões obtidos, demonstram que ainda existe um longo caminho a percorrer por parte destes intermediários analisados, para disponibilizarem condições e produtos turísticos com o mínimo de acessibilidade que respondam também às necessidades das pessoas que integram o mercado do turismo acessível. Assim, este estudo revela que as agências de viagens e operadores turísticos analisados nesta investigação não estão totalmente preparados para satisfazer as necessidades do mercado do turismo acessível.

Ainda assim, tendo em conta as análises efetuadas e constrangimentos identificados, pretende-se apresentar algumas recomendações para aumentar a acessibilidade dos produtos oferecidos pelas agências de viagens. Ao nível da acessibilidade dos produtos turísticos, como já referido anteriormente, pode passar pela integração de ações de formação aos profissionais de turismo em todo o setor, com o intuito de aprender a atender, e como se comportar na presença de pessoas com algum tipo de necessidade ou incapacidade, por forma a ter uma maior sensibilidade e atenção ao cliente com estas características. Nas agências de viagens, recomenda-se confirmar se a base de dados está atualizada (por exemplo: se na plataforma indicar que o hotel é acessível, confirmar diretamente com o hotel), incorporar também formação nos agentes de viagens para quando confrontados com clientes com necessidades específicas, tenham especial atenção aos pedidos e tentem perceber detalhadamente o nível de acessibilidade do destino, comunicando com todos os fornecedores de serviços turísticos (como por exemplo hotéis, atrações, aeroportos, transportes públicos) a fim de perceber e também para garantir resposta às necessidades do cliente. Relativamente à acessibilidade dos *websites*, a legislação em Portugal apenas apresenta as WCAG como recomendação, não havendo uma obrigatoriedade de aplicação (com exceção do estado) mas talvez a complementaridade de uma legislação mais rigorosa com a promoção de sensibilização e formação para os desenvolvedores de *websites*, por parte de organismos ligados ao setor, como por exemplo Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT) e o Turismo de Portugal, por forma a incitar a uma maior consciencialização da necessidade de *websites* mais acessíveis, assim como a necessidade de incluir conteúdos sobre a acessibilidade dos produtos turísticos que promovem. Em termos mais técnicos, seguem-se algumas sugestões de técnicas consideradas suficientes para colmatar as principais falhas identificadas pelas ferramentas (W3C, 2018):

- Fornecer alternativas de texto para qualquer conteúdo não textual (para que se possa alterar para outros formulários de acordo com o que as pessoas precisam, como impressão em grande, braille, fala, símbolos ou linguagem mais simples);
- Maximizar a compatibilidade com dispositivos atuais e futuros, incluindo tecnologias de apoio;
- Fornecer um mecanismo para solicitar uma atualização do conteúdo em vez de atualizar automaticamente;

- Fornecer títulos e rótulos descritivos.

8.2 Limitações

Embora os objetivos tenham sido cumpridos, devem-se considerar algumas limitações. O facto de a análise das reclamações ser apenas sobre as pessoas que decidiram apresentar a sua queixa no portal seleccionado e a reduzida dimensão da amostra (número de reclamações analisadas) não permitem generalizar os resultados como representativos das dificuldades/barreiras encontradas pelas pessoas com necessidades especiais quando recorrem às AVs ou OTs.

As ferramentas utilizadas para avaliar os *websites* das AVs da Região Centro de Portugal, apenas avaliam o WCAG 2.0 e apesar de serem automatizadas (o que facilita a obtenção de resultados e respetiva análise) estão restringidas a verificar a presença ou ausência de um determinado atributo ou elemento (por exemplo: texto alternativo ou legendas), ignorando assim, a visão e perceção das pessoas que vivenciam essas situações. Também se pode considerar uma limitação, o facto de as ferramentas apenas analisarem a página inicial (*homepage*) e não as restantes páginas do *website*, bem como a natureza dinâmica dos conteúdos dos *websites*, na qual, pode influenciar os problemas detetados de acordo com o período temporal em que se aplica a análise com as ferramentas.

8.3 Futuras Investigações

Devido ao tema deste trabalho de investigação ser ainda pouco estudado na comunidade científica, considera-se que o mesmo poderá ter contribuições relevantes e até servir de base para outros estudos. Neste sentido, para investigações futuras poder-se-á:

- Avaliar os *websites* das AV com outras ferramentas para comparação de resultados;
- Replicar o estudo noutras regiões de Portugal ou até mesmo elaborar um estudo a nível nacional.
- Analisar a acessibilidade do conteúdo da informação;

- Analisar a acessibilidade nas redes sociais;

Ainda assim, em futuras investigações a avaliação da acessibilidade *web* de outros intermediários ou partes interessadas da indústria do turismo pode revelar-se uma abordagem interessante para o setor, ao mesmo tempo que se tenta perceber as causas de sucesso ou insucesso, sem nunca esquecer a avaliação e percepção dos utilizadores que têm necessidades de acesso. Para isso, a avaliação humana pode permitir perceber as dificuldades que se encontram na aquisição de serviços nos intermediários relacionadas com a acessibilidade da informação que é fornecida pelos intermediários.

Referências bibliográficas

- ACTION. (2018). Accessible tourism: Co-creation of Tourism experience through Web-based Intelligent System. Obtido 28 de Maio de 2019, de <http://action.web.ua.pt/>
- AkgÜL, Y., & Vatansever, K. (2016). Web Accessibility Evaluation of Government Websites for People with Disabilities in Turkey. *Journal of Advanced Management Science*, (April), 201–210. <https://doi.org/10.12720/joams.4.3.201-210>
- Bowtell, J. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 203–222. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0012>
- Buhalis, D., & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 145–168. <https://doi.org/10.1080/13683501003653361>
- Buhalis, Dimitrios. (2000). Relationships in the Distribution Channel of Tourism: Conflicts Between Hoteliers and Tour Operators in the Mediterranean Region. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1(1), 113–139. https://doi.org/10.1300/J149v01n01_07
- Buhalis, Dimitrios. (2001). Tourism Distribution Channels: Practices and Processes. Em Dimitrios Buhalis & E. Laws (Eds.), *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations 2001 pp.xviii + 378 pp. ref.many* (p. 378). London: Continuum. Obtido de [https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=WnYhqCdsbZ0C&oi=fnd&pg=PR12&dq=Buhalis,+D.,+%26+Laws,+E.,+\(2001\).+Tourism+distribution+channels:+Practices,+issues+and+transformations.+London:+Thomson+Learning.&ots=WVOeUv7ovV&sig=2oPqq_rVUXRFMh5mLx71-scyhxY&r](https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=WnYhqCdsbZ0C&oi=fnd&pg=PR12&dq=Buhalis,+D.,+%26+Laws,+E.,+(2001).+Tourism+distribution+channels:+Practices,+issues+and+transformations.+London:+Thomson+Learning.&ots=WVOeUv7ovV&sig=2oPqq_rVUXRFMh5mLx71-scyhxY&r)
- Buhalis, D., & Darcy, S. (2010). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*. Channel View Publications.
- Buhalis, D., & Licata, M. C. (2002). The future eTourism intermediaries. *Tourism Management*, 23, 207–220.
- Card, J. A., Cole, S. T., & Humphrey, A. H. (2006). A comparison of the Accessibility and Attitudinal Barriers Model: Travel providers and travelers with physical disabilities. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(2), 161–175. <https://doi.org/10.1080/10941660600727566>
- CEFA. (2012). AccessMonitor - Fundação para os Estudos e Formação Autárquica (CEFA). Obtido de <http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/wcag20/?sid=1517>
- Costa, J., Salvado, A., & Da Costa, C. (2014). Cocriação de valor : uma perspetiva das agências de viagens independentes. *Revista turística & Desenvolvimento/Nº21/22, 21/22*, 35–50.

- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo* (2ª). Editorial Verbo.
- Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: A discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537. <https://doi.org/10.1080/09669581003690668>
- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32–44. <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32>
- ENAT. (2018). What is «Accessible Tourism»? Obtido 13 de Março de 2019, de <https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.faq.744>
- Encarnação, P., Azevedo, L., & Londral, A. R. (2015). *Tecnologias de apoio para pessoas com deficiência*. EMEC – Editorial do Ministério da Educação e Ciência. Obtido de <http://www.acessibilidade.gov.pt/livros/tapd/html/indice.html>
- FCT. (2012). Nota técnica do validador AccessMonitor. Obtido de http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/nota_tecnica.html
- Gartner, W. C., & Bachri, T. (1994). Tour Operators' Role in the Tourism Distribution System: An Indonesian Case Study. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3–4), 161–179. https://doi.org/10.1300/J046v06n03_09
- Gillovic, B., & McIntosh, A. (2015). Stakeholder perspectives of the future of accessible tourism in New Zealand. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 223–239. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2015-0013>
- IPL. (2018). AccessMonitor - Escola Superior de Comunicação Social | IPL. Obtido de <http://www.acessibilidade.gov.pt/accessmonitor/wcag20/?sid=2841&e=A>
- Jorgensen, M. T. (2017). Reframing tourism distribution - Activity Theory and Actor-Network Theory. *Tourism Management*, 62, 312–321.
- Kanellou, D. (2000). The new role of intermediaries in travel and tourism distribution channels. *IPTS (Institute for Prospective Technology Studies)*, (January). Obtido de http://www.researchgate.net/profile/Despina_Kanellou/publication/259694663_The_New_Role_of_Intermediaries_in_Travel_and_Tourism_Distribution_Channels/links/00b4952d5e3918fa7b000000.pdf
- Kim, S. E., & Lehto, X. Y. (2012). The voice of tourists with mobility disabilities: insights from online customer complaint websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(3), 451–476.
- Kracht, J., & Wang, Y. (2010). Examining the tourism distribution channel: evolution and transformation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(5), 736–757.
- Kuzma, J. M., Yen, D., & Oestreicher, K. (2009). Global e-government Web Accessibility: An Empirical Examination of EU, Asian and African Sites.
- Law, R., Leung, K., & Wong, R. (2004). The impact of the Internet on travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16, 100–107.

- Law, R., Leung, R., Lo, A., Leung, D., & Fong, L. H. N. (2015). Distribution channel in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 431–452. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2013-0498>
- Lee, B. Y., & Cranage, D. A. (2017). Service failure of intermediary service: impact of ambiguous locus of control. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(4), 515–530. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1208785>
- Lin, C. T., Lee, C., & Chen, W.-Y. (2009a). Using fuzzy analytic hierarchy process to evaluate service performance of a travel intermediary. *The Service Industries Journal*, 29(3), 281–296. <https://doi.org/10.1080/02642060701846762>
- Lin, C. T., Lee, C., & Chen, W. Y. (2009b). An expert system approach to assess service performance of travel intermediary. *Expert Systems with Applications*, 36(2 PART 2), 2987–2996. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.01.079>
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., & Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: Perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465–474. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00107-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00107-3)
- Michopoulou, E., & Buhalis, D. (2013). Information provision for challenging markets: the case of the accessibility requiring market in the context of tourism. *Information & Management*, 50(5), 229–239. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.001>
- Michopoulou, Eleni, Darcy, S., Ambrose, I., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 179–188. <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2015-0043>
- Mills, J., Han, J., & Clay, J. (2008). Accessibility of hospitality and tourism websites. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(1), 28–41. <https://doi.org/10.1177/1938965507311499>
- Özogul, G., & Baran, G. G. (2016). Accessible tourism: the golden key in the future for the specialized travel agencies. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 79–87. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2015-0005>
- Ozturk, Y., Yayli, A., & Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market?. The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29(2), 382–389. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.011>
- Patterson, I., Darcy, S., & Mönninghoff, M. (2012). Attitudes and experiences of tourism operators in Northern Australia towards people with disabilities. *World Leisure Journal*, 54(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/04419057.2012.702452>
- Pinho, S. (2015). *Turismo Acessível : Oportunidades e Desafios para as unidades hoteleiras de Portugal*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21889.45928>
- Portal da Queixa. (2019). Portal da Queixa · A maior rede social de consumidores. Obtido 8 de Abril de 2019, de <https://portaldaqueixa.com/indice-de-satisfacao>
- Pühretmair, F. (2006). People with disabilities: accessible tourism introduction to the special thematic session. Em *10th International Conference Computers Helping People (ICCHP)* (pp. 295–297). Linz, Austria: Springer Berlin Heidelberg.

<https://doi.org/10.1016/j.chaos.2005.09.015>

- Pühretmair, F., & Buhalis, D. (2008). Accessible tourism introduction to the special thematic session. Em *11th International Conference Computers Helping People (ICCHP)* (pp. 969–972). Linz, Austria: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Radosav, D., Karuovic, D., Markoski, B., & Ivankovic, Z. (2011). Guidelines on accessible web portal design. Em *12th International Symposium on Computational Intelligence and Informatics (CINTI)* (pp. 297–302). Budapeste, Hungary: IEEE.
<https://doi.org/10.1109/CINTI.2011.6108518>
- Rovira, C., Marcos, M.-C., & Codina, L. (2007). Repositorios de publicaciones digitales de libre acceso en Europa: análisis y valoración de la accesibilidad, posicionamiento web y calidad del código. *El Profesional de la Informacion*, 16(1), 24–38.
<https://doi.org/10.3145/epi.2007.jan.03>
- Salvado, O. (2009). *Agências de Viagens do Futuro: um Arquétipo para Portugal*.
- Schitko, D., & Losekoot, E. (2012). An investigation of the attitudes of travel and tourism intermediaries to mature travellers. *Journal of Tourism*, 13(1), 61–78.
<https://doi.org/10.1016/j.j.tourism.2012.01.001>
- Shi, Y. (2006). The accessibility of Queensland visitor information centres' websites. *Tourism Management*, 27(5), 829–841. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.012>
- Takeda, K., & Card, J. A. (2002). U.S. Tour Operators and Travel Agencies: Barriers Encountered When Providing Package Tours to People Who Have Difficulty Walking. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 47–61.
https://doi.org/10.1300/J073v12n01_03
- Turismo de Portugal, I. (2019). *RNAVt: Consulta ao registo - Agentes de Viagens e Turismo*.
- UE. (2014). *Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe*.
- UE. (2015). *Mapping and Performance Check of the Supply of Accessible Tourism Services in Europe “The Supply Study”*.
- Ujma, D. (2001). Distribution Channels for Tourism: Theory and Issues. Em Dimitrios Buhalis & E. Laws (Eds.), *Tourism distribution channels: practices, issues and transformations 2001 pp.xviii + 378 pp. ref.many* (p. 378). London: Continuum.
Obtido de <https://books.google.pt/books?id=WnYhqCdsbZ0C&pg=PA33&lpg=PA33&dq=dorota+ujma+chapter+3&source=bl&ots=WVP5XuaqpU&sig=ACfU3U3QNvncA85HMi m5dBtDc5SBcFbcHQ&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjzo7m98sXgAhUKmRoKHatCDTkQ6AEwB3oECAkQA Q#v=onepage&q=dorota+ujma+chapter+3&f=false>
- UN. Convention on the Rights of Persons with Disabilities and Optional Protocol (2007).
<https://doi.org/10.1038/nmat3357>
- UNESCAP. (2009). Takayama Declaration on the Development of Communities-for-All in Asia and the Pacific, (2000). Obtido de <http://www.accessibletourism.org>

- Unidade ACESSO. (2013). *Estudo sobre o estado da Acessibilidade dos sítios Web dos estabelecimentos de ensino superior*. Obtido de http://www.acessibilidade.gov.pt/estudos/2013_ensinosuperior/es2013.html#n1
- UNWTO. (1980). Manila Declaration on World Tourism. Obtido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1>
- UNWTO. Global Code of Ethics for Tourism (1999).
- UNWTO. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*.
- UNWTO. (2013). Recommendations on Accessible Tourism. *Recommendations on Accessible Tourism*. <https://doi.org/10.18111/9789284415984>
- UNWTO. (2015a). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos : Principios, herramientas y buenas prácticas Módulo IV : Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo*. <https://doi.org/10.18111/9789284416561>
- UNWTO. (2015b). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo III: Principales áreas de intervención*. <https://doi.org/10.29057/icea.v4i7.178>
- UNWTO. (2015c). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas Módulo II : Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. <https://doi.org/10.29057/icea.v4i7.178>
- UNWTO. (2016a). Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our Reach. <https://doi.org/10.18111/9789284417919>
- UNWTO. (2016b). *Compilation of UNWTO Recommendations 1975–2015*.
- UNWTO. (2016c). *Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices Module I: Accessible Tourism – Definition and Context*. Madrid.
- Vila, T., González, E., & Darcy, S. (2018). Accessible tourism online resources: a Northern European perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 0(0), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1478325>
- Vila, T., González, E., & Darcy, S. (2017). Website accessibility in the tourism industry: an analysis of official national tourism organization websites around the world. *Disability and Rehabilitation*, 0(0), 1–12. <https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1362709>
- W3C. (2018). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1. Obtido de <https://www.w3.org/TR/2018/REC-WCAG21-20180605/>
- Zsarnoczky, M. (2018). Accessible tourism in the European Union, (September 2017).

Apêndices



Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo

2018/2019

Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo

Relatório de Estágio

Orientadoras:

Professora Doutora Celeste Eusébio

Professora Doutora Leonor Teixeira

Trabalho realizado por:

André Silveiro, nº 90147

Índice

1. Nota introdutória	112
2. Descrição do estágio	113
3. O projeto (ACTION)	113
4. Atividades e Tarefas	115
5. Conclusão	117
Referências bibliográficas	118

1. Nota introdutória

O presente documento enquadra-se no âmbito do 2º ano do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo na Universidade de Aveiro. A mesma, incentiva os seus alunos ao contato com a realidade profissional fomentando, assim, a componente prática da aprendizagem.

Sendo a ideia de o tema da dissertação estar relacionado com o turismo acessível, procurou-se a participação num estágio numa entidade ou organização em que se pudesse abordar e trabalhar nessa área. Todavia, apesar de normalmente se procurar uma entidade externa à universidade, surgiu a possibilidade de participar na investigação académica, deixando-se de parte, o contexto empresarial e partindo-se para a integração de um projeto de investigação na Universidade de Aveiro, intitulado de “Turismo acessível: cocriação de experiências turísticas através de sistemas inteligentes com base na *Web*”.

Esta opção revelou-se uma mais valia por diversas razões, das quais, poder participar e contribuir na investigação académica, ao mesmo tempo que se geram *outputs* tanto para o projeto de investigação como para a própria dissertação, cujo tema é “Turismo acessível: o papel dos intermediários – Agências de Viagens e Operadores Turísticos”.

Assim sendo, este relatório de estágio pretende refletir e consolidar tanto as atividades desenvolvidas como as competências adquiridas, certamente relevantes e com contributos para a prática profissional. Neste sentido, o presente trabalho está estruturado em três partes: Primeiramente, o capítulo da descrição do estágio, onde se aborda a sua caracterização, nomeadamente a localização, a duração e a finalidade do estágio. Segue-se o capítulo que apresenta o projeto de investigação ACTION, elemento de suporte tanto para este relatório de estágio como para o projeto de dissertação. O último capítulo relata todas as atividades, eventos e tarefas executadas em contexto de estágio e, por fim, uma conclusão que visa retratar a importância e os benefícios do estágio na formação do aluno.

2. Descrição do estágio

O estágio desenvolveu-se na Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, sob a orientação da Professora Doutora Celeste Eusébio (Investigadora Responsável do Projeto) e da Professora Doutora Leonor Teixeira (Co-Investigadora Responsável do Projeto).

O estágio teve início a 10 de janeiro de 2019 e terminou a 19 de abril de 2019, totalizando uma duração de 3 meses. Neste período foram realizadas várias tarefas, como por exemplo, a participação em reuniões do projeto, análise de documentos e recolha de dados.

Na verdade, o estágio tinha como finalidade dar resposta aos seguintes objetivos:

- Entrar em contato com a comunidade científica e de investigação académica em turismo;
- Perceber o funcionamento de um projeto de investigação em turismo;
- Aprimorar e integrar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso;
- Adquirir informações e conhecimentos específicos (*output*) do setor turístico tanto para o projeto ACTION como para a dissertação;
- Fomentar as relações interpessoais e a capacidade de trabalhar em grupo.

3. O projeto (ACTION)

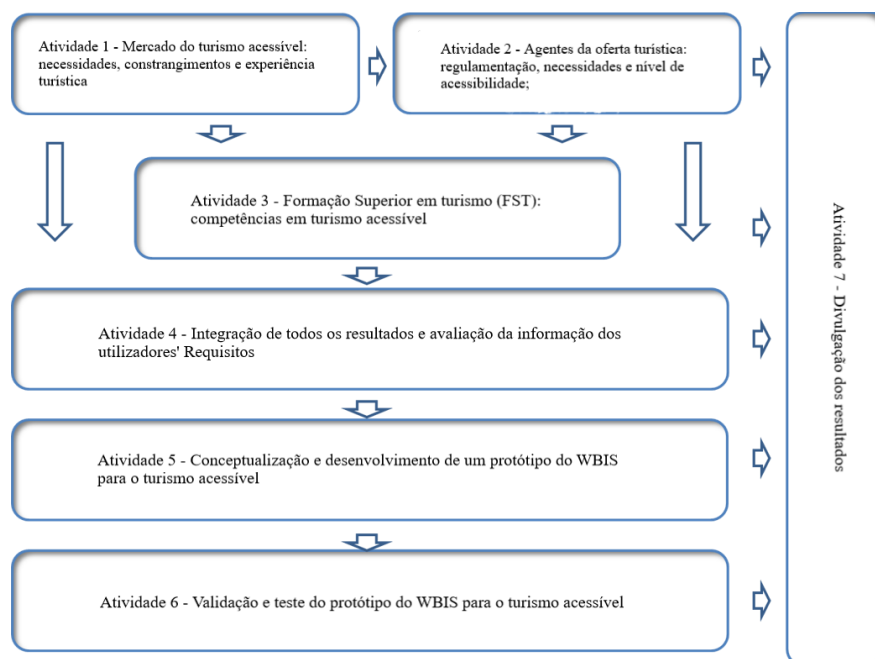
Em inglês, ACTION- *Accessible tourism: Co-creation of Tourism experience through Web-based Intelligence system (WBIS)*, significando em português Turismo acessível: cocriação de experiências turísticas através de sistemas inteligentes com base na Web. Trata-se de um projeto I&D / Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas - GOVCOPP”, financiado por fundos nacionais através da FCT/MCTES (PIDDAC) e cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do COMPETE – Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (POCI) (POCI-01-0145-FEDER-030376) (ACTION, 2018).

Com um horizonte temporal 2018-2021, apresenta como principal objetivo o desenvolvimento de um instrumento inovador que permita a comunicação, partilha de informação, sugestão de produtos com base no perfil do utilizador e transferência de conhecimento, entre os principais atores que participam na cocriação de experiências turísticas para o mercado acessível (ACTION, 2018).

Assente em sete atividades (*milestones*) conforme ilustra a Figura 1, o estágio decorreu durante a Atividade 1: Mercado do turismo acessível - necessidades, constrangimentos e experiência turística. Nesta atividade pretende-se conhecer a legislação e as características deste mercado bem como as suas necessidades, motivações, nível de participação em turismo e necessidades de informação deste mercado (ACTION, 2018). Não obstante, esta atividade adota uma metodologia faseada em três tarefas:

- Análise da legislação nacional e internacional;
- Revisão sistemática da literatura;
- Entrevistas e questionários.

Figura 1 – Organigrama do projeto ACTION.



Fonte: ACTION (2018)

4. Atividades e Tarefas

Tabela 1 – Cronograma das tarefas desenvolvidas durante o estágio.

Tarefas	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril
Análise documental					
Análise dos artigos					
ICT e WEB e Acessibilidade					
Redação do artigo					
Entrevista					

Evento 1 (25 de julho de 2018) - Reunião do projeto ACTION:

Presença e participação na reunião “ACTION – Research Project – Kickoff Meeting” onde se desenrolou a Apresentação da equipa, Apresentação sumária do projeto e outros assuntos relacionados com o projeto.

Tarefa 1 (duração: 1 mês)

Esta tarefa incidiu na recolha e análise de documentos de política pública, nacionais e internacionais no âmbito do turismo acessível. Utilizando motores de pesquisa (exemplo: google) e repositórios de organizações (exemplo: Nações Unidas). Com base nestas pesquisas foi criada uma base de dados em Excel com a compilação de legislação, regulamentos e outros documentos nacionais e internacionais encontrados e que foram apresentados no Evento 2.

Evento 2 (13 de dezembro de 2018) - Reunião do projeto ACTION:

Presença e participação na Reunião do projeto ACTION onde a seguinte ordem de trabalhos foi cumprida: apresentação do bolseiro licenciado contratado; apresentação do *website* do projeto; revisão da literatura; definição dos instrumentos de inquirição para a task1 (entrevista e questionário); artigos e conferências;

Tarefa 2 (duração: 1 mês) - Análise dos artigos (projeto ACTION)

Sendo a análise da literatura uma atividade e parte importante do projeto ACTION, a participação numa reunião e inserido num grupo de trabalho (Leonor Teixeira (Coordenadora); Samuel Silva; António Teixeira; Ana dias; André Silveiro; Pedro Teixeira) que ficou responsável por analisar os artigos relevantes na área das Tecnologias, efetuou-se trabalho de análise e sistematização da literatura, utilizando uma lista de artigos e preenchendo uma base de dados em Excel (exemplo: tipo de artigo, objetivo, segmentos do turismo acessível, metodologia utilizada, etc.).

Tarefa 3 (duração: 8 dias) - ICT e WEB e Acessibilidade

Tarefa focada na recolha e análise de documentos e manuais relativos às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e com a acessibilidade da web, nomeadamente análise das Diretrizes de Acessibilidade para o Conteúdo da Web (WCAG).

Tarefa 4 (duração: 1 mês) - Paper CISTI'2019

Participação em trabalho de escrita de comunicações e publicações académicas, resultando num artigo para submissão na Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação (CISTI) 2019. Com o título: “*Website accessibility of Portuguese Travel Agents - A view using web diagnostic tools*”, o estagiário ficou responsável pela metodologia utilizada, nomeadamente os métodos de recolha e métodos de análise de dados.

Tarefa 5 (10 de abril de 2019) - Entrevista Cerci Penela

Participação e ajuda na recolha de dados qualitativos (através de entrevistas) no âmbito do projeto de investigação ACTION, correspondendo à fase 3 da Atividade 1. Utilizando gravação de áudio e tendo como base um guião da entrevista, o estagiário efetuou as entrevistas ao Presidente do conselho de administração e psicólogo da instituição assim como a dois utentes.

5. Conclusão

Sendo o ambiente da investigação científica particularmente diferente (por exemplo de uma empresa) nomeadamente em termos de objetivos, ao nível de funcionamento, organização e ordem de trabalhos, salienta-se o rigor metódico e o trabalho em equipa.

Na verdade, poder estar integrado num projeto de investigação na área do turismo acessível, permitiu adquirir conhecimentos específicos deste mercado, nomeadamente as suas necessidades, os constrangimentos que encontram nas suas viagens (ou as razões de não as realizarem) assim como, se as empresas e organizações estão preparadas para lidar com pessoas com incapacidades ou até mesmo disponibilizar produtos e serviços adequados a estas.

Todavia, é de salientar os benefícios do referido estágio na minha formação, uma vez que, contribuiu para a aquisição e desenvolvimento de determinadas competências e não só. Competências essas, ao nível da capacidade de pesquisar em diferentes bases de dados científicas, comunicação e trabalho em equipa, análise sistemática de artigos científicos, a entrevista como método de recolha de dados, os requisitos e as etapas para a submissão de um trabalho académico numa conferência internacional, entre outras, que certamente contribuíram para me tornar numa pessoa mais organizada, metódica e até exigente comigo próprio.

Em suma, realizar um estágio revela-se extremamente fulcral na formação académica, visto que não só se aplicam os conhecimentos teóricos como também se conhece uma nova realidade, novos processos de trabalho, assim como pessoas. Neste sentido, um agradecimento a todos os que contribuíram para a minha formação e ajuda para atingir os

objetivos deste estágio, preparando-me assim, melhor para a vida profissional.

Referências bibliográficas

ACTION. (2018). Accessible tourism: Co-creation of Tourism experience through Web-based Intelligent System. Obtido 28 de Maio de 2019, de <http://action.web.ua.pt/>

Apêndice 2 – Barreiras encontradas nos serviços turísticos

Estudo	Serviços/produtos	Pedidos especiais/ necessidades no alojamento	Conduta dos funcionários
McKercher, Packer, Yau, & Lam (2003)			Muitos dos funcionários das agências de viagens têm uma atitude preferencial pela venda de pacotes de viagens (que podem não ser apropriadas para as pessoas com incapacidade).
Takeda & Card (2002)	Uma percentagem considerável de operadores relatou ter encontrado barreiras ao nível da acessibilidade. O setor da restauração apresentou uma maior percentagem		63,6% dos operadores e agências de viagens encontraram barreiras relativamente às atitudes nos estabelecimentos de restauração e 42,4% nas atrações dos destinos.
Card, Cole, & Humphrey (2006)	54% dos fornecedores de viagens e 78% dos viajantes encontraram barreiras na acessibilidade das atrações; 81% dos fornecedores de viagens e 83% dos viajantes encontraram barreiras na acessibilidade nos estabelecimentos de bebidas/comida.		64% dos fornecedores de viagens e 66% dos viajantes encontraram barreiras de atitudes nos estabelecimentos de bebidas/comida.
Kim & Lehto (2012)	Incidentes: 14,24% foram relacionados a companhias aéreas, 9,18% com agências de viagens <i>online</i> (<i>e-travel</i>).	23,73% dos incidentes ocorreram em hotéis;	

Apêndice 3 – Análise das ferramentas de avaliação da acessibilidade de *websites*.

Ferramenta	Breve descrição	Características ou limitações
A11yTools Extension for Safari macOS	É uma extensão para o Safari (macOS) que adiciona um menu de ferramentas de teste de acessibilidade: exibe tags e atributos de acessibilidade	Apenas disponível para Safari (macOS).
Access Assistant Community Edition	Testa instantaneamente páginas da web para acessibilidade, diretamente no navegador, mostrando uma pontuação de conformidade. Diretrizes: WCAG 2.1	Está limitado a testar 5 páginas gratuitamente; Mostra sempre pontuações altas de conformidade e não é possível fazer o download do relatório.
Contrast checker	É uma extensão do navegador que verifica a conformidade dos níveis de contraste e combinações de cores (em primeiro e segundo plano) com base nos requisitos da WCAG 2.1.	Funciona apenas com o navegador Mozilla Firefox e apenas avalia os níveis de contraste e brilho.
Examinator	É um serviço <i>online</i> para avaliar automaticamente a acessibilidade de uma página web, tendo em conta o WCAG 2.0 e apresenta uma pontuação para refletir os resultados de forma quantitativa.	Dá uma pontuação entre 1 e 10 como um indicador rápido de acessibilidade; Operação limitada: erros na fase de teste (conexão do servidor).
HeadingsMap	É uma extensão do navegador que gera um índice ou mapa de qualquer documento da Web estruturado identificando os erros nos cabeçalhos e na estrutura.	Funciona apenas com o navegador Mozilla Firefox.
HERA-FFX	É uma ferramenta de acessibilidade da Web que executa automaticamente uma análise preliminar e oferece suporte para revisão manual dos <i>websites</i> .	Extensão para o navegador Mozilla Firefox - não pode ser instalada porque é classificada como não segura (arquivo corrompido); Na Web: erro do servidor (acesso negado).
IBM DAP - Dynamic Assessment Plugin for Chrome Developer Tools	É uma ferramenta que verifica aplicações da Web, identifica problemas de acessibilidade e recomenda possíveis correções.	Plugin para o Chrome; Versão Trial / Demo (através de registo).

Análise das ferramentas de avaliação da acessibilidade de *websites* (continuação).

Ferramenta	Breve descrição	Características ou limitações
Juicy Studio Toolbar	Uma barra de ferramentas para o Firefox examinar as propriedades WAI-ARIA, revelar informações da tabela de dados e realizar testes de contraste de cores.	A extensão para o Mozilla Firefox já não está disponível.
WAVE	É uma ferramenta para avaliação de acessibilidade na Web, disponível <i>online</i> , extensões do Firefox e do Chrome e fornece uma representação visual dos problemas de acessibilidade da página.	Extensões do Firefox e do Chrome;
AccessMonitor	É um validador automático utilizado pela Administração Pública Portuguesa, que funciona inteiramente na Web, de acordo com as WCAG 2.0 - W3C Web Content Accessibility Guidelines 2.0.	Apresenta um resumo dos resultados imediatos de leitura, um relatório de acessibilidade e uma escala quantitativa (índice AccessMonitor) com base no popular eXaminator.
Acrobat XI Pro	Ferramenta de verificação da acessibilidade em documentos PDF e também fornece recursos para resolver os problemas identificados.	Versão Trial / Demo (através do registo); Só verifica documentos PDF.
HTML Validator for Firefox	É uma extensão do navegador que adiciona validação HTML no Firefox e no Chrome, mostrando o número de erros de uma página HTML.	Extensões do Firefox e do Chrome; Os detalhes dos erros são vistos ao procurar o código-fonte HTML da página.
Siteimprove Intelligence Platform	Analisa páginas Web, formulários e PDFs, destacando erros na página e no código HTML. Explicações claras de problemas, listas de tarefas priorizadas e relatórios de progresso dinâmico.	Versão Trial / Demo (através do registo);
AChecker	Avalia o conteúdo HTML para problemas de acessibilidade de uma página Web.	Permite que os utilizadores criem as suas próprias diretrizes verificações de acessibilidade; É possível exportar os relatórios para PDF.

Análise das ferramentas de avaliação da acessibilidade de *websites* (continuação).

Ferramenta	Breve descrição	Características ou limitações
Amp	Ferramenta de acessibilidade que permite aos utilizadores configurar os seus próprios testes e relatórios automaticamente, aceder a práticas recomendadas e acompanhar a conformidade de critérios.	Software que precisa de uma licença comercial.
A-Prompt 1.0	Avalia uma página da Web em HTML para identificar barreiras à acessibilidade por PCI. A lista de verificação de avaliação e reparo da ferramenta é baseada em diretrizes de acessibilidade criadas e mantidas pela Iniciativa de Acessibilidade na Web do World Wide Web Consortium.	Software; WCAG 1.0; Parece não haver manutenção nem desenvolvimento ativos (última atualização: 2008).
Bobby (later Watchfire WebXact tool)	Verifica uma página da Web e avalia-a para determinar a conformidade com a Seção 508 e WCAG 1.0. É possível configurar o nível de conformidade (A; AA; AAA); Verifica uma página instantaneamente; Fornece um relatório baseado em texto;	Já não existe.
EvalAccess 2.0	Ele exibe os resultados em um relatório de fácil leitura, enquanto descreve cada erro detetado.	Erro do servidor: já não existe.
MAGENTA 2.0	Avalia a acessibilidade de <i>websites</i> de acordo com a WCAG 1.0 e de acordo com as diretrizes para deficientes visuais e orientações incluídas no Stanca Act.	Erro do servidor: já não existe.
TAW (online)	O TAW é uma ferramenta <i>online</i> automática que verifica o nível de acessibilidade a partir de um <i>website</i> baseado nas WCAG 2.0. Como as mesmas propriedades e funcionalidades do bobby. É possível configurar o nível de conformidade (A; AA; AAA);	Verifica uma página no momento; Relatório mostra o número de problemas encontrados em cada um dos critérios da WCAG 2.0;

Apêndice 4 – Descritivos Portal da Queixa

Agência	Índice	Taxa de resposta	Reclamações	Respostas			
				Aguardar	Em tratamento	Resolvida	Sem resolução
A1	66,60	100%	48	2	17	19	10
A2	59,60	99%	208	4	164	35	5
A3	57,00	88%	39	9	23	7	
A4	50,00	67%	9	4	4	1	
A5	49,70	100%	3		3		
A6	42,50	50%	2	1		1	
A7	26,50	25%	7	6		1	
A8	26,30	44%	9	5	3	1	
A9	23,80	25%	4	3		1	
A10	22,40	33%	9	6	2	1	
A11	20,10	23%	60	48	4	8	
A12	18,80	28%	1720	416	1015	289	
A13	18,30	33%	4	3	1		
A14	18,30	33%	3	2	1		
A15	17,20	33%	3	2	1		
A16	15,00	33%	3	2			1
A17	11,00	10%	10	9		1	
A18	6,40	2%	130	122	2	6	
A19	2,80	3%	46	43		3	
A20	-	0%	11	11			
A21	-	0%	4	4			

Descritivos Portal da Queixa (Continuação)

Agência	Índice	Taxa de resposta	Reclamações	Aguardar	Em tratamento	Resolvida	Sem resolução
A22	-	0%	3	3			
A23	-	0%	14	12	1	1	
A24	-	0%	4	4			
A25	-	0%	2	2			
A26	-	0%	4	4			
A27	-	0%	8	7		1	
A28	-	0%	7	7			
A29	-	0%	3	3			
A30	-	0%	96	94		2	
A31	-	0%	4	4			
A32	-	0%	5	5			
A33	-	0%	2	2			
A34	-	0%	14	14			
A35	-	0%	2	2			
A36	-	0%	4	4			
A37	NA	0%	1	1			
A38	NA	0%	1	1			
A39	NA	0%	1	1			
A40	NA	0%	1	1			
A41	NA	100%	1			1	
A42	NA	0%	1	1			
A43	NA	0%	1	1			
A44	NA	100%	1		1		

Descritivos Portal da Queixa (Continuação)

Agência	Índice	Taxa de resposta	Reclamações	Aguardar	Em tratamento	Resolvida	Sem resolução
A45	NA	0%	1	1			
A46	NA	100%	1				1
A47	NA	0%	1	1			
A48	NA	0%	0				
A49	NA	0%	0				
A50	NA	0%	1	1			
A51	NA	100%	1		1		
A52	NA	0%	1	1			
A53	NA	100%	1			1	
A54	NA	0%	1	1			
A55	NA	100%	1		1		
A56	NA	100%	1			1	
A57	NA	100%	1			1	
A58	NA	0%	1	1			
A59	NA	0%	1	1			
A60	NA	0%	1	1			
A61	NA	0%	1	1			
A62	NA	100%	1			1	
A63	NA	0%	1	1			

Descritivos Portal da Queixa (Continuação)

Agência	Índice	Taxa de resposta	Reclamações	Aguardar	Em tratamento	Resolvida	Sem resolução
A64	NA	100%	1		1		
A65	NA	0%	1	1			
A66	NA	0%	1	1			
A67	NA	100%	1			1	
A68	NA	0%	1	1			
A69	NA	100%	1				1
A70	NA	100%	1			1	
A71	NA	0%	1	1			
A72	NA	0%	1	1			
A73	NA	0%	1	1			
A74	NA	0%	1	1			
A75	NA	0%	1	1			
A76	NA	0%	1	1			
A77	NA	0%	1	1			

Apêndice 5 – Reclamações analisadas (Portal da Queixa)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R1	«no próprio dia da viagem...nos ligam via telefone a dizer que iríamos ocupar novos lugares porque tinha havido uma alteração de última hora. Eu tinha duas crianças que iriam comigo e teria de ficar em lugares separados... camioneta, tanto a da ida como a do regresso não tinham condições para efetuar uma viagem de longa duração (Bancos extremamente desconfortáveis, A/C defeituoso)[...] Duração da viagem de ida - a viagem demorou 16 horas , sim 16 horas, imaginem o que é ter 16 horas duas crianças num autocarro sem condições.»	Transporte; Atitude	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R2	«(cerca de 1 semana antes da viagem) fui informada que afinal a partida para Gran Canária já não era através do aeroporto de Lisboa, mas sim através do aeroporto de Beja [...] Foi-me dito que o <i>transfer</i> para Beja seria feito através de autocarros disponibilizados pelo Operador e que seria também disponibilizada alimentação. Eramos 2 adultos e 2 crianças de 6 e 8 anos . Os meus filhos comeram 1 sopa no Café do aeroporto (paga por mim) e pouco mais pois a oferta como referi é praticamente inexistente. Não foi fornecido pela agência/operador qualquer alimentação conforme inicialmente indicado. Os meus filhos chegaram ao destino, exaustos e cheios de fome [...] [no transfer de regresso] o autocarro era velho e tinha o ar condicionado avariado... Em pleno Alentejo, Agosto, vaga de calor, sem ar condicionado! Quando nos tinham dito que iríamos para Lisboa! A viagem demorou imenso tempo , pois chegou ao ponto do motorista ter de reduzir a velocidade ao mínimo para abrir as portas em andamento para entrar algum ar. Havia pessoas a sentirem-se mal. Idosos e crianças sujeitas a um calor extremo e a uma viagem longa e desconfortável »	Transporte; Atitude; Falta de consciência sobre a acessibilidade	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças; Pessoas Idosas
R3	«comprei um bilhete de avião para a minha avó. como a minha avó já tem problemas de mobilidade (tem problemas mas anda pelas próprias pernas se necessário) pedi que fosse disponibilizada uma cadeira de rodas para a minha avó [...] pouco tempo depois recebi um email absolutamente genérico dizendo que eu devia contactar a [nome agência] no sentido de informar que tipo de cadeira de rodas pretendia que fosse disponibilizada a minha avó, o email dizia também para fornecer esta informação o mais rápido possível para que a [nome agência] pudesse fazer chegar o pedido a companhia aérea. pois bem liguei no dia seguinte pois encontrava me no fim de semana e a [nome agência] estaria fechada neste dia, fiquei 16 minutos em espera e depois a chamada foi me desligada , gastei 8,50€. fiquei chateado com a situação e enviei um email a dizer que não queria mais a cadeira de rodas porque eu próprio trataria do assunto no aeroporto, o email foi me devolvido porque só poderia falar com eles por aquela linha que desliga ao fim de 16 minutos, mas que cobra cerca de 8€ pelo tempo em linha. Deixei então passar a situação pensando que a cadeira de rodas seria cancelada pois não conseguia falar com eles para clarificar o tipo que pretendia, no email enviado não me deram nenhum prazo máximo para contactar nem tão pouco disseram que a resposta ao pedido da cadeira de rodas seria essencial para que a reserva não fosse perdida »	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude.	PCI Física (mobilidade reduzida) / Outros Grupos da população - Pessoas Idosas
R4	«Fizemos há dias uma viagem de família comprada no site da [nome agência] que correu bastante mal em vários aspectos... Ao efectuar a reserva colocámos no site da [nome agência] os pedidos correspondentes para 2 Refeições sem Gluten e uma refeição normal. Contudo, ao efectuar check-in no aeroporto foi-nos dito que não havia qualquer registo desse pedido e que não conseguiam fornecer refeições sem gluten nem havia venda desse tipo de alimentação a bordo . Tivemos que comprar no aeroporto refeições para levar o que para além do incómodo e dificuldade (intolerância ao gluten) provocou uma despesa de 20\$ por pessoa na aquisição de alimentos no aeroporto para a viagem de 6 horas.»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude.	Outros Grupos da população - Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R5	«[...] deparamo-nos com um quarto todo sujo, com cheiro a mofo, ferrugem no chão e pior de tudo, o berço para a bebé estava todo estragado, todo sujo, cheio de humidade, bolor e nódoas de outras crianças terem estado a comer, e pior ainda, nem os lençóis do berço estavam em condições [...] questionei também o agente local devido a ser um hotel familiar, como seria para ter comida para a bebé, o mesmo disse que alguma coisa que estivesse em falta me dirigisse ao chef e ele no mesmo momento teria algo para a bebé comer [...] em nenhum dia tive uma secção para bebés e crianças nos restaurantes para elas poderem comer. É inadmissível num hotel dito familiar de 4 estrelas não ter tido sopa para a minha bebé durante uma semana inteira. todos os dias apenas tínhamos uma sopa para adultos que continha caril, logo não poderíamos dar a crianças. Tentamos um dia ir pedir ao chef e ao fim de 15 minutos em vez de uma sopa para a bebé o mesmo apareceu com puré [...] Para juntar a isto tudo é de lamentar o mau profissionalismo de alguns funcionários do hotel... o voo sofreu um atraso de 5h30 minutos. entramos, mandaram colocar os cintos e preparar para a descolagem. Tal não é o nosso espanto que não descolamos e passados 15 minutos dizem-nos que o voo está atrasado cerca de 01h30 minutos. E aqui começam os nossos problemas: o ar condicionado não estava a funcionar e o avião manteve sempre as portas fechadas, tivemos de tirar a roupa à bebé e todos no voo fizeram o mesmo, pois o ar estava de tal maneira quente e abafado que as crianças começaram a chorar.»	Edifício; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude; Transporte;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R6	«Em janeiro fui como sempre marcar as minhas férias uma semana no algarve nos dias 2 julho a 9 de julho queria um apartamento que tivesse assessos pois tenho um rapaz que se desloca com cadeira de rodas electrica referi a operadora que dentro do apartamento nao precisaria dos acessos mas fora teria que ter pois o [nome da pessoa] gosta de ser independente a operadora disse-me para estar descansada que estava tudo bem quando voltei para ir buscar o voucher voltei a perguntar sobre os acessos e da parte da operadora garantiu-me que o apartamento tinha acessos la [sic] fomos pois iria ser uma semana de descanso e tranquilidade mas o nosso desejo desvaneceu quando chegamos a vilamoura o apartamento tinha 3degraus depois de explicar ao rececionista la [sic] nos arranhou um apartamento no 2andar com elevador mas a felicidade durou pouco ao chegar reparamos que para o [nome da pessoa]entrar teria que tirar os pes da cadeira e mais grave cada vez que entrava os joelhos ficavam esmagados e ele tinha que aguentar foi para o [nome da pessoa]uma semana de stress pois cada vez que queria sair tinha que depender de alguém e sofrer para conseguir entrar no elevador o nosso desagrado para com a geostar e que o [nome da pessoa] ate [sic] mostrou a cadeira e nao foi so uma vez que perguntei pelos acessos e no fim tivemos uma semana para esquecer. »	Edifício; Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade;	PCI Física (mobilidade condicionada)
R7	«Relativamente à estadia existiram duas falhas, sendo uma delas bastante gravosa, a saber: Fomos mudados de quarto duas vezes; O hotel ficava setenta escadas distanciado da praia, uma vez que o elevador de acesso à praia estava inoperacional. Ora, tal não é esperado de um hotel cadeia [nome hotel], escolhido pelas suas características ideias para quem viaja com bebés. Acontece que, acabamos por ter realizar viagens bi ou tri diárias pelas 70 escadas até à praia e regresso ao hotel [...] 6) Falta de condições de saída do avião á chegada ao aeroporto Sá Carneiro [sermos recebidos com uma saída do avião de escadas escorregadias, à chuva até ao autocarro [...] Lamentável que os V/ Clientes sejam sujeitos a este tipo de tratamento, especialmente volto a repetir, viajando com um bebé de ano e meio. Inúmeros eram os passageiros a descer as escorregadias e molhadas escadas do avião, à chuva, aquela hora da noite, com crianças ao colo [...] Lamentavelmente fomos extremamente prejudicados por todas estas questões, especialmente por viajarmos com um bebé de ano e meio, facto que era do conhecimento da agência e da companhia.»	Edifício; Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Transporte	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R8	«No primeiro dia de viagem, na ida para Palma de Maiorca, devido ao atraso de 1h no primeiro voo, que apanhámos em Lisboa, já não conseguimos chegar a tempo do voo seguinte que nos levaria ao destino (já não dava tempo para despachar a bagagem e fazer o embarque). Contactámos de imediato a assistência em viagem para saber como preceder e ESPERO ATÉ HOJE RESPOSTA !!!! Liguei uma primeira vez e a senhora que me atendeu, muito prestável, disse-me que iria de imediato passar ao serviço de emergências em viagem para rapidamente solucionar o problema e que rapidamente me ligariam de volta com a solução. NÃO LIGARAM!! A ver o tempo a passar, com crianças e grávida, num país que não o meu e sem saber bem o que fazer voltei a contactar para saber se já havia novidades se me poderiam explicar quais os procedimentos, se levaria muito tempo, para nos podermos organizar. A senhora que me atendeu, foi de uma insensibilidade extrema, não sabia nada, só me dizia que tinha de esperar, não houve tentativa de perceber se realmente o pedido de assistência tinha sido feito, alguma tentativa de tranquilizar o cliente que numa situação destas está nervoso, nada, simplesmente horrível, é só o que posso dizer do atendimento desta senhora. »	Atitude	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé; Mulher Grávida
R9	«[...] ao que nos foi proposto Malta no regime de tudo incluído, por não temos muitas alternativas e já ser um local que tínhamos em mente aceitamos e frisamos bem que era Lua-de-mel que iríamos com uma criança de 1 ano ao que nos foi dito que iriam ter especial atenção por isso e pelo que já tinha acontecido [...] O hotel colocou um colchão solteiro no chão (cama extra) em vez de um berço para a bebé e a única [sic] forma de tomar banho seria um chuveiro fixo na parede algo que não é nada prático [sic] para uma bebé, e tínhamos informado na agência para terem especial atenção a todas as comodidades para a bebé. Dirigi-me a receção do hotel para informar do sucedido e tentar resolver o problema da cama trocando por um berço e tentar arranjar solução para o chuveiro, a que o hotel se prontecou [sic] a substituir a cama extra por um berço e deixando os lençóis em cima para nos fazer mos a cama, quanto ao chuveiro não tinham meios para resolver esse problema, [...]»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R10	«Fiz a simulação para quarto duplo pelo custo de 1078€, no entanto, por sermos 2 adultos e 2 crianças o site atribuiu um quarto familiar no valor de 1408,68€. Aceitei as condições e efectuei o pagamento desse valor. Qual o meu espanto, quando na chegada à unidade hoteleira, formos [sic] encaminhados para um quarto duplo com um beliche e um berço. Não será preciso dizer que quase não conseguíamos circular no quarto por falta de espaço. Dirigi-me à recepção para pedir uma explicação, ao qual me informaram que o pedido de reserva feito pela [nome agência] foi de um quarto duplo e não familiar dizendo que este operador fazia isto constantemente!!! »	Edifício; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R11	«Comprei e fiz a reserva já que segundo as características que estavam no site da [nome agência] referente ao hotel foram do meu agrado, principalmente derivado a possuir segundo eles ar condicionado o que indo para um sítio [sic] quente e tendo problemas respiratórios é essencial e tendo um ginásio foi a conjugação perfeita para mim depois de uma fractura na coluna. Pois bem chegamos à [nome hotel] e nada de ar condicionado nem ginásio [...] Fui à recepção que me informaram de imediato que nunca tiveram ar condicionado e nunca tiveram ginásio no interior das instalações, tiveram sim um acordo com um ginásio Que ficava fora das instalações mas que tal já acabou há muito tempo [...] como tal é publicidade enganosa e ficamos com as férias estragadas, noites horrorosas sem dormir, falta de ar no meu caso devido ao extremo calor [...] Enviei um email para a [nome agência] e vejam lá a falta de prossionalismo e de escrupulo na resposta deles: Estimado/a [nome da pessoa]: Em primeiro lugar queremos agradecer-lhe o interesse que demonstrou pela [nome agência]. Informamos que após contacto com o nosso fornecedor, este nos indicou que nenhum apartamento tem ar condicionado e o ginásio encontra-se encerrado. Como podem ver nem um pedido de desculpa nem uma tentativa de uma solução para o meu problema, sei que paguei para ter certos condições bastante importantes [sic] para mim e elas não existem mas mesmo que não fossem importantes são características que nos fizeram escolher e pagar por aquele hotel e afinal não existem.»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais + Outros Grupos da população - Pessoas com lesões

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R12	«Passo a explicar comprei um pacote de férias de 31 de Maio a 6 de Junho incluía avião hotel e carro, para palma de Maiorca para dois adultos e um criança a minha filha , foi calculado o preço e escolhi o [nome do hotel] em palma de mairca, enviaram três bilhetes de avião e um voucher para o hotel onde está bem explicito dois adultos e uma criança em regime de tudo incluído, tudo correu dentro da normalidade até chegar ao hotel, quando lá chegámos ia para fazer o check in e a rececionista pergunta se a criança tb [sic] era para ficar e nos [sic] claro que é mostrando o documento então foi-nos negada a entrada dizendo que aquele hotel era só para adultos , para contactar. Contatamos a [nome agência] em Portugal era feriado e a linha de apoio não funcionou tivemos inclusive a confirmação que ninguém estaria a trabalhar, da parte do hotel e apesar da insistência colocaram-nos na rua. Para não dormir ao relento fui até outro hotel onde fiquei hospedado com a minha mulher e a minha filha no dia seguinte útil liguei a expor a situação e mostraram algum surpreendidos»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R13	«Na altura da marcação da viagem e hotel identiquei que seria viagem e hotel para dois adultos e uma criança de 11 anos. Qual foi o meu espanto quando chego ao hotel e o quarto só tem duas camas de solteiro. O meu filho teria de dormir com um dos adultos (impossível pelo tamanho das camas).»	Edifício; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R14	«[...] qualidade dos serviços no Hotel escolhido [...] deixou muito a desejar, não correspondendo aos de um hotel que ostenta 5 estrelas. Apenas alguns exemplos, porque toda a lista seria longa: O único elevador ao serviço dos hóspedes, só comigo avariou duas vezes e numa das vezes deixou-me preso lá dentro (havia uma hóspede só com uma perna e, sem rampa nem elevador, não sei como se arranjou, só se o seu quarto era no r/c) [...]»	Edifício	PCI Física (mobilidade condicionada)
R15	«[...] chegámos ao “hotel”. Se fosse em Portugal nem a categoria de pensão obteria. Não tem acesso para deficientes ou para rebocarmos as malas . Cheira a mofo por todo o lado. O quarto é miserável e nem sequer tem uma divisória de banheira. O lavatório não tem válvula. Faz-se a barba com a água a correr. Um banho, significa casa de banho inundada. A banheira não despeja. É arranjada no dia seguinte. Os “sábios” retiram-lhe a válvula. Sala de estar equipada com sofás dos tempos dos nossos avós e sujos. Não falam Inglês [...] “arranham” e mal. Recepcionistas mal humorados e nada cooperantes.	Edifício	-
R16	«[...] Durante a viagem, surgiram também alguns pequenos problemas, nomeadamente a ausência de alternativas nas refeições programadas para quem adoecesse e um dos hotéis [nome hotel] tinha quartos atribuídos no primeiro andar, sem elevador o que dificultou o acesso a pessoas com mobilidade condicionada. »	Edifício; Falta de consciência sobre a acessibilidade;	PCI Física (mobilidade condicionada)
R17	«[...] Quando adquiri o programa desta viagem, era do conhecimento da [nome da pessoa], as restrições alimentares que me acompanham e acautelei junto da mesma que teria sempre acesso a comida continental durante todo o percurso. Não aconteceu.»	Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R18	«[...] iniciei uma viagem a bordo do [nome cruzeiro], em Veneza, na expectativa de uma grande viagem em família, grupo de 19 pessoas entre as quais eu, o meu marido e a minha filha de 1 ano [...] No primeiro dia dirigi-me a minha cabine 11241 e vejo uma cama de casal e uma cama individual suspensa sobre a minha, e pensei "bem não devem estar a espera que uma bebé de um ano durma ali!!?" [sic] de imediato liguei para a recepção que me indicou que em 20 minutos me colocariam um berço no meu quarto, sem problema, "pronto ainda bem, está quase na hora de menina dormir a sesta!" passou-se meia hora, passou uma hora e nada... voltei a ligar, já estava a caminho... e nada, voltei a ligar, e a resposta já é diferente - durante o período de jantar entregariam, bem sem alternativa assim será, fomos jantar, quando voltamos para nosso espanto a cama ocupa todo o espaço livre no quarto sendo que para entrar para a cama de casal só podíamos entrar por um dos lados ficando com o espaço mínimo a porta da casa de banho para nos mexer-mos... foi um autentico inferno esbarrar, aqui esbarrar ali, para nos vestirmos tinha-mos que por o berço em cima da nossa cama... bem uma autentica barraca, sem condições nenhuma [...] Nos dias seguintes outra roda viva, então comida para bebé, segundo a brochura da [nome cruzeiro] os pais só necessitam de se preocupar em levar leites e farinhas lácteas, pois bem pequeno-almoço no buffet, tudo bem levei as papas correu tudo na normalidade, almoço no buffet, almoço para uma criança se 1/2 anos puré de legumes, fruta cozida, carnes e peixes triturados etc [...] Nada existe para uma criança desta idade, pedi uma sopa para a bebé, trouxeram a sopa de adulto com ameijoas!!! Não tem não sabem e não tem a mínima disponibilidade para te ajudar. Ao lanche pedi um iogurte ao que me responderão que o [sic] iogurtes são do pequeno almoço não há fora dessas horas!! Então as crianças não lancham iogurtes???. No restaurante, ao jantar, sim à comida para bebé, então e os bebés [sic] só jantam?... Pedi numa tarde se era possível aquecer comida, daqueles frascos de bebé, o Sr. respondeu "Isto é um bar, não é um restaurante" Fantástico mas tinha lá o símbolo da Chicco a dizer que disponível neste balcão aquecer biberões!! [...] Agora pensem, não tem comida no buffet a qualquer hora para a tua criança, graça a deus levei os ditos frascos senão tinha passado fome e ainda é que tens que andar a dar a volta ao cruzeiro para descobrir onde e quando podes aquecer?? [...]»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R19	«VOCÊ IMPOSTO [sic] SEM MEU ACORDO A MUDANÇA do meu vôo: FAO para Bruxelas Nacional 21 de dezembro 2018 VWAB30 ID: 1288663108 e você me dá um vôo que chega muito tarde para..... ... !!! 23hrs 45 Bruxelas nacional .. !!!!! [sic] CONTUDOObservo no [nome agência] que existem outros vôos para o mesmo destino.....!!!! preço igual [sic]...partida FAO ... 14hrs25 chegada BRUssels Nacional 20hrs55 !!!! e também outro vôo: da partida da FAO 14hrs40 chegada bruxelas nacional 21hrs30 !!! ...obrigado respeitar a nossa idade dois idosos de 80 e 74 anos que são seus clientes regulares e frequentes [sic].....!!!! e atualmente 50 anos de casamento...!! ... e por favor me dê ... um dos dois voos acima mencionados acima da chegada ao nacional de Bruxelas Nacional (Zaventem)chegada Brussels National em torno de 21 horas....ok...»	Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas Idosas
R20	«férias com a minha família de 23 de Julho de 2018 a 01 de Agosto de 2018. Supondo que se trata de um resort para acolher famílias, deixa imenso a desejar [...] O quarto onde fiquei alojado com a minha esposa e os meus 2 filhos tinha uma perna da cama partida. Desloquei-me a receção a expor o sucedido e não obtive qualquer tipo de ajuda. Tive de “calçar” a perna para que os meus filhos dormissem minimamente bem. O hotel tinha imenso problemas de estrutura. Desde tampas de saneamento partidas com possibilidade de crianças colocarem pés ou mãos. Os meus filhos têm 9 anos e 6 anos.»	Edifício	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R21	«[nome da pessoa], na condição de pessoa com mobilidade reduzida (deficiente motor) , viajou pela operadora [nome agência] Viagens no passado dia 30 de Agosto 2017 de Lisboa (Portugal) para Punta Cana (República Dominicana) acompanhado da sua esposa [nome da pessoa]. Os ora reclamantes ficaram alojados no hotel [nome], que tinha, tal como fora indicado, todas as condições necessárias à sua estadia. Contudo, aquando da reunião com a representante da operadora [nome agência] no hotel, [nome], em que foram apresentados os possíveis passeios turísticos, foi-lhes desde logo negada a possibilidade de efetuar qualquer um deles, por alegadamente o país e os transportes não oferecerem as condições mínimas necessárias e indispensáveis para os mesmos... O mais revoltante no seguimento deste infeliz episódio, após contacto com outros turistas que realizaram os passeios, foi ter conhecimento que os locais visitados apresentavam as condições mínimas para, senão de forma plena, pelo menos de forma satisfatória, serem visitados por pessoas com mobilidade reduzida.»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	PCI Física (mobilidade reduzida)
R22	«O meu pai queria viajar com a minha avó de 89 anos e foi a agência de viagens com o nome de [nome agência]. O meu pai informou na agência que a minha avó precisava de oxigénio durante viagem e que a empresa [nome] fornecia o oxigénio e que ela poderia levar a botija do oxigénio e quando chegasse a maputo teria de a devolver em sitio próprio e que esse serviço fazia parte do que serviço que ela estava a usufruir. O meu pai informou esta questão à agência de viagens e a mesma informou que a [nome companhia aérea] disponibilizava esse serviço de forma gratuita, neste sentido o meu pai aceitou recorrer a este serviço na [nome da companhia aérea] por ser isento de pagamento. O meu pai informou que a minha avó ia levar um andorilho para andar e a agência disse que fazia a reserva com essa indicação. No dia 21 de junho que foi o dia da viagem chegámos ao aeroporto para fazer o check in na Groundcare por volta das 13:50h, o embarque seria às 18horas. Mas como a minha avó tem problemas de saúde e dificuldade em locomoção decidimos ir um pouco mais cedo. Quando chegamos lá somos informados que o andorilho não foi requisitado na reserva da passagem, e que o oxigénio teria um custo de 300euros. Liguei para a agência a questionar esta situação, a informação que obtive foi que era engano da [nome companhia aérea], que iriam ver a situação e entrariam em contacto comigo, mas não ligaram de volta. Durante cerca de 4horas até à hora de embarque andei entre telefonemas e balcões da [nome da companhia aérea] a tentar resolver a situação. Houve uma altura que a agência de viagens me enviou e-mails, com as interações que teve com [nome companhia aérea] por causa do oxigénio e em momento nenhum questionaram se esse serviço era gratuito. Neste embaraço e constante constrangimento a minha avó sentiu se muito mal e quase que tivemos de chamar uma ambulância. E o meu pai também passou mal de saúde por causa deste stress. A resposta final da agência perante esta situação foi, que a [nome companhia aérea] se tinha enganado e que eles estavam a tentar resolver e não diziam quanto tempo isso demoraria a resolver, que teríamos de pagar os 300euros. Até hoje nada foi resolvido. Se ficassemos à espera dessa ajuda eles não tinham embarcado. Se por acaso eu não tivesse como pagar não havia hipótese de eles embarcarem. A agência, em nenhum momento se preocupou com a saúde da minha avó.nem com os cuidados que ela necessitava, nem mesmo zeram a reserva com a indicação que ela tinha um andorilho.»	Falta de conhecimento e formação nas empresas turísticas; Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	PCI Física (mobilidade reduzida) /Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais

Reclamações analisadas (Portal da Queixa) (continuação)

Código	Comentários	Tipo de barreira	Segmento
R23	«Durante a viagem, torci o pé enquanto me estava a deslocar para a praia, as minhas amigas foram chamar alguém para as ajudar, visto que sozinhas não me conseguiam transportar até à cruz vermelha, encontraram dois voluntários da equipa verde, ajudaram-me e acompanharam-me até à entrada do hotel, chamaram o segurança e explicaram o sucedido, quando o voluntário acaba de explicar o que se tinha passado, o segurança remata-me com algo assim “Ah, se isso é só um entorse não vale a pena chamar a cruz vermelha, não há necessidade, se tivesses em coma alcoólico ou assim era necessário, agora não vejo necessidade de tal.”, posto isto tanto o segurança como os dois voluntários que me ajudaram a chegar até ao hotel foram-se embora, sem me ajudar a chegar até à cruz vermelha, deixando-me sozinha com as minhas amigas, demorei por volta de 15 minutos a chegar até à cruz vermelha, cheia de dores, podia não ter sido apenas um entorse e ter piorado a situação toda do estado do meu pé.»	Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com incapacidade temporária
R24	«A aquisição de bilhetes de avião a preços competitivos por intermédio de sites web é uma tendência natural das novas formas de comercio. O que não é normal é o site omitir ou simplesmente camuflar as condições de comercialização de determinado produto fazendo referência a termos e condições que se encontram escritas num idioma estrangeiro em termos técnicos e sem que antes do procedimento de pagamento haja qualquer referência a tarifa não alterável. Mesmo posteriormente aquando do contacto, tanto em loja como on line, de forma a procurar novas datas, mesmos horários, considerando até preço diferente, a resposta foi taxativa via email. De referir que numa loja [nome agência] mencionei as condições e a funcionária também confirmou que as condições de encontram em inglês quando o idioma seleccionado é português.»	Comunicação; Planeamento e reserva;	-
R25	«Com bastante antecedência (30.03.2017) programamos esta viagem e escolhemos este destino também por se enquadrar nos horários de voo que nos parecia mais adequados de viajar com um bebé. Acontece que estes horários já foram algumas vezes alterados sempre em nosso prejuízo. As alterações foram sendo executadas só por vontade da [nome agência] sem nunca nos ser dada uma alternativa.»	Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé
R26	«[...] Aquando a nossa chegada ao aeroporto de Beja, fomos instruídos pelo agente da Agência de Viagens [nome agência] presente no local, para realizar uma fila para o respetivo check-in, sendo que o avião sairia pelas 15h10. Haviam [sic] dois funcionários a fazer check-in e um terceiro a escrever à mão os cartões de embarque. Este processo demorou cerca de 2h30, o que considero inaceitável! Ainda questioneei se existia algum problema informático mas aparentemente é o processo habitual! Refiro que durante esta longa espera existiam crianças pequenas impacientes, idosos e pessoas doentes (diabéticas, entre outros) que não almoçaram nem estavam preparadas para este tempo de espera, acabando por passar mal.»	Falta de consciência sobre a acessibilidade; Atitude;	Outros Grupos da população - Pessoas com crianças/bebé + Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais + Pessoas idosas

Apêndice 6 – Caracterização das reclamações por segmento, barreiras e tipo de serviço

Código	Segmento	Barreira/ Constrangimento	Serviços
R1	Pessoas com crianças/bebé	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (transporte)
R2	Pessoas com crianças/bebé; Pessoas Idosas	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (transporte)
R3	PCI Física (mobilidade reduzida) / Pessoas Idosas	Atitude (não flexibilização do serviço)	Informação fornecida pela agência; Serviço de atendimento da agência
R4	Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares	Física (Alimentação não adequada)	Produtos vendidos (alimentação)
R5	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto); Física (Alimentação não adequada)	Produtos vendidos (alojamento/ alimentação/ transporte)
R6	PCI Física (mobilidade condicionada)	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência;
R7	Pessoas com crianças/bebé	Física (hotel/ aeroporto)	Produtos vendidos (alojamento/ transporte)
R8	Pessoas com crianças/bebé; Mulher Grávida	Atitude (não flexibilização do serviço)	Informação fornecida pela agência; Serviço de atendimento da agência
R9	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência;
R10	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência;
R11	Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência;
R12	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência; Serviço de atendimento da agência
R13	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento); Informação fornecida pela agência;

Caracterização das reclamações por segmento, barreiras e tipo de serviço (continuação)

R14	PCI Física (mobilidade condicionada)	Física (edifício)	Produtos vendidos (alojamento);
R15	-	Física (quarto)	Produtos vendidos (alojamento);
R16	PCI Física (mobilidade condicionada); Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares	Física (quarto); Física (Alimentação não adequada)	Produtos vendidos (alojamento/ alimentação);
R17	Pessoas com alergias e/ou intolerâncias alimentares	Física (Alimentação não adequada)	Produtos vendidos (alimentação); Informação fornecida pela agência;
R18	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto); Física (Alimentação não adequada); Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (alojamento/ alimentação);
R19	Pessoas Idosas	Atitude (não flexibilização do serviço)	Informação fornecida pela agência;
R20	Pessoas com crianças/bebé	Física (quarto/ edifício)	Produtos vendidos (alojamento)
R21	PCI Física (mobilidade reduzida)	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (visitas); Informação fornecida pela agência;
R22	PCI Física (mobilidade reduzida) /Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (transporte); Informação fornecida pela agência; Serviço de atendimento da agência
R23	Pessoas com incapacidade atitude	Atitude (não flexibilização do serviço)	-
R24	-	Comunicação	Informação fornecida pela agência; Serviço de atendimento da agência
R25	Pessoas com crianças/bebé	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (transporte)
R26	Pessoas com crianças/bebé + Outras condições médicas que carecem de cuidados especiais + Pessoas idosas	Atitude (não flexibilização do serviço)	Produtos vendidos (transporte)

Apêndice 7 – Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor

Tipo de erro	N	Mínimo	Máximo	Média	Desv. padrão
Access Monitor - Texto alternativo em imagens - A	182	0	2	,59	,514
Access Monitor - Inserção de multimédia - A	182	0	2	,27	,492
Access Monitor - Uso de Javascript - A	182	0	2	,16	,414
Access Monitor - Marcação de mapas de imagem - A	182	0	1	,01	,105
Access Monitor - Marcação de botões gráficos - A	182	0	1	,02	,147
Access Monitor - Marcação de molduras e respetivos - A	182	0	2	,03	,233
Access Monitor - Marcação de molduras e respetivos - AA	182	0	1	,01	,074
Access Monitor - Marcação de cabeçalhos - A	182	0	1	,16	,372
Access Monitor - Marcação de cabeçalhos - AA	182	0	1	,02	,128
Access Monitor - Marcação de cabeçalhos - AAA	182	0	1	,62	,488
Access Monitor - Marcação de links, menus e textos dos links - A	182	0	3	,71	,544
Access Monitor - Marcação de links, menus e textos dos links - AA	182	0	1	,04	,193

Tipo de erros Identificados pelo AcessMonitor (continuação)

Access Monitor - Marcação de links, menus e textos dos links - AAA	182	0	1	,79	,408
Access Monitor - Links para contornar blocos de informação - A	182	0	2	1,48	,654
Access Monitor - Tabelas de dados - A	182	0	1	,01	,105
Access Monitor - Marcação de Formulários - A	182	0	6	1,62	1,819
Access Monitor - Standard W3C (Html + CSS) - A	182	0	2	1,27	,639
Access Monitor - Elementos e atributos de apresentação_absolutos - A	182	0	2	,25	,525
Access Monitor - Elementos e atributos de apresentação_absolutos - AA	182	0	1	,31	,463
Access Monitor - Uso de unidades absolutas - AA	182	0	2	,66	,561
Access Monitor - Uso de unidades absolutas - AAA	182	0	1	,01	,074
Access Monitor - Metadados - A	182	0	2	,05	,252
Access Monitor - Formatação de texto - AAA	182	0	1	,16	,367
Access Monitor - Marcação do idioma_A	182	0	1	,49	,501

Apêndice 8 – Erros identificados pelo AccessMonitor por nível de conformidade e por NUT III.

AccessMonitor (Erros)	NUT III	Média	Desv. Padrão	Mínimo	Máximo
Erros nível A	Beira Baixa	6,25	3,775	1	10
	Beiras e Serra da Estrela	7,20	2,394	4	12
	Médio Tejo	7,24	3,166	0	14
	Oeste	6,97	2,731	3	14
	Região de Aveiro	6,95	3,109	3	14
	Região de Coimbra	7,68	3,801	3	14
	Região de Leiria	7,15	3,076	3	14
	Região Viseu - Dão Lafões	6,50	2,410	2	10
	Total	7,14	3,090	0	14
Erros nível AA	Beira Baixa	,50	,577	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	1,00	,816	0	2
	Médio Tejo	,96	,889	0	3
	Oeste	1,19	,920	0	3
	Região de Aveiro	,95	,575	0	2
	Região de Coimbra	,97	,763	0	3
	Região de Leiria	,97	,717	0	2
	Região Viseu - Dão Lafões	1,29	,726	0	3
	Total	1,03	,783	0	3
Erros nível AAA	Beira Baixa	2,00	,000	2	2
	Beiras e Serra da Estrela	1,90	,738	1	3
	Médio Tejo	1,52	,823	0	3
	Oeste	1,42	,937	0	3
	Região de Aveiro	1,73	,767	0	3
	Região de Coimbra	1,62	,758	0	3
	Região de Leiria	1,62	,888	0	3
	Região Viseu - Dão Lafões	1,21	1,051	0	3
	Total	1,57	,849	0	3

Erros identificados pelo AccessMonitor por nível de conformidade e por NUT III (continuação)

Total de erros do AccessMonitor (A + AA + AAA)	Beira Baixa	8,75	3,686	4	13
	Beiras e Serra da Estrela	10,10	3,071	6	16
	Médio Tejo	9,72	3,953	0	18
	Oeste	9,58	3,367	4	17
	Região de Aveiro	9,64	3,458	5	17
	Região de Coimbra	10,27	4,388	3	17
	Região de Leiria	9,74	3,808	4	17
	Região Viseu - Dão Lafões	9,00	3,138	4	13
	Total	9,74	3,696	0	18

Apêndice 9 – Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III.

Tipo de erro	NUT III	Média	Desv. Padrão	Mínimo	Máximo
Texto alternativo em imagens (Nível A)	Beira Baixa	,75	,500	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,60	,516	0	1
	Médio Tejo	,60	,577	0	2
	Oeste	,67	,535	0	2
	Região de Aveiro	,45	,510	0	1
	Região de Coimbra	,68	,475	0	1
	Região de Leiria	,56	,504	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,43	,514	0	1
	Total	,59	,514	0	2
Inserção de multimédia (Nível A)	Beira Baixa	,25	,500	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,30	,675	0	2
	Médio Tejo	,20	,408	0	1
	Oeste	,25	,500	0	2
	Região de Aveiro	,14	,351	0	1
	Região de Coimbra	,43	,555	0	2
	Região de Leiria	,21	,410	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,36	,633	0	2
	Total	,27	,492	0	2
Uso de Javascript (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,10	,316	0	1
	Médio Tejo	,20	,500	0	2
	Oeste	,08	,280	0	1
	Região de Aveiro	,27	,456	0	1
	Região de Coimbra	,32	,580	0	2
	Região de Leiria	,06	,239	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,07	,267	0	1
	Total	,16	,414	0	2

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Marcação de mapas de imagem (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,03	,167	0	1
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,03	,164	0	1
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,01	,105	0	1
Marcação de botões gráficos (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,08	,280	0	1
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,03	,164	0	1
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,02	,147	0	1
Marcação de molduras e respetivos (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,06	,333	0	2
	Região de Aveiro	,09	,426	0	2
	Região de Coimbra	,00	,000	0	0
	Região de Leiria	,06	,239	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,03	,233	0	2

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Marcação de molduras e respetivos (Nível AA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,00	,000	0	0
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,00	,000	0	0
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,07	,267	0	1
	Total	,01	,074	0	1
Marcação de cabeçalhos (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,20	,408	0	1
	Oeste	,33	,478	0	1
	Região de Aveiro	,05	,213	0	1
	Região de Coimbra	,19	,397	0	1
	Região de Leiria	,12	,327	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,07	,267	0	1
	Total	,16	,372	0	1
Marcação de cabeçalhos (Nível AA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,03	,167	0	1
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,00	,000	0	0
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,14	,363	0	1
	Total	,02	,128	0	1

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Marcação de cabeçalhos (Nível AAA)	Beira Baixa	1,00	,000	1	1
	Beiras e Serra da Estrela	,80	,422	0	1
	Médio Tejo	,64	,490	0	1
	Oeste	,50	,507	0	1
	Região de Aveiro	,68	,477	0	1
	Região de Coimbra	,65	,484	0	1
	Região de Leiria	,65	,485	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,36	,497	0	1
	Total	,62	,488	0	1
Marcação de links, menus e textos dos links (Nível A)	Beira Baixa	,75	,500	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,80	,632	0	2
	Médio Tejo	,60	,500	0	1
	Oeste	,69	,525	0	2
	Região de Aveiro	,86	,468	0	2
	Região de Coimbra	,68	,530	0	2
	Região de Leiria	,76	,654	0	3
	Região Viseu - Dão Lafões	,57	,514	0	1
	Total	,71	,544	0	3
Marcação de links, menus e textos dos links (Nível AA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,04	,200	0	1
	Oeste	,06	,232	0	1
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,03	,164	0	1
	Região de Leiria	,03	,171	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,14	,363	0	1
	Total	,04	,193	0	1

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Marcação de links, menus e textos dos links (Nível AAA)	Beira Baixa	1,00	,000	1	1
	Beiras e Serra da Estrela	,80	,422	0	1
	Médio Tejo	,76	,436	0	1
	Oeste	,75	,439	0	1
	Região de Aveiro	,91	,294	0	1
	Região de Coimbra	,78	,417	0	1
	Região de Leiria	,82	,387	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,64	,497	0	1
	Total	,79	,408	0	1
Links para contornar blocos de informação (Nível A)	Beira Baixa	1,25	,957	0	2
	Beiras e Serra da Estrela	1,50	,707	0	2
	Médio Tejo	1,64	,569	0	2
	Oeste	1,44	,735	0	2
	Região de Aveiro	1,50	,673	0	2
	Região de Coimbra	1,54	,558	0	2
	Região de Leiria	1,41	,657	0	2
	Região Viseu - Dão Lafões	1,29	,726	0	2
	Total	1,48	,654	0	2
Tabelas de dados (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,04	,200	0	1
	Oeste	,00	,000	0	0
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,03	,164	0	1
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,01	,105	0	1

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Marcação de Formulários (Nível A)	Beira Baixa	1,00	2,000	0	4
	Beiras e Serra da Estrela	1,60	1,265	0	4
	Médio Tejo	1,68	1,676	0	6
	Oeste	1,17	1,558	0	6
	Região de Aveiro	1,91	1,900	0	6
	Região de Coimbra	1,76	2,253	0	6
	Região de Leiria	1,82	1,946	0	6
	Região Viseu - Dão Lafões	1,57	1,342	0	4
	Total	1,62	1,819	0	6
Standard W3C (Html + CSS) (Nível A)	Beira Baixa	1,50	,577	1	2
	Beiras e Serra da Estrela	1,40	,516	1	2
	Médio Tejo	1,36	,700	0	2
	Oeste	1,25	,692	0	2
	Região de Aveiro	1,14	,640	0	2
	Região de Coimbra	1,22	,630	0	2
	Região de Leiria	1,29	,629	0	2
	Região Viseu - Dão Lafões	1,29	,611	0	2
	Total	1,27	,639	0	2
Elementos e atributos de apresentação obsoletos (Nível A)	Beira Baixa	,25	,500	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,50	,850	0	2
	Médio Tejo	,28	,542	0	2
	Oeste	,33	,586	0	2
	Região de Aveiro	,14	,351	0	1
	Região de Coimbra	,16	,501	0	2
	Região de Leiria	,24	,496	0	2
	Região Viseu - Dão Lafões	,21	,426	0	1
	Total	,25	,525	0	2

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Elementos e atributos de apresentação obsoletos (Nível AA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,30	,483	0	1
	Médio Tejo	,20	,408	0	1
	Oeste	,39	,494	0	1
	Região de Aveiro	,32	,477	0	1
	Região de Coimbra	,32	,475	0	1
	Região de Leiria	,35	,485	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,21	,426	0	1
	Total	,31	,463	0	1
Uso de unidades absolutas (Nível AA)	Beira Baixa	,50	,577	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,70	,483	0	1
	Médio Tejo	,72	,614	0	2
	Oeste	,72	,615	0	2
	Região de Aveiro	,64	,492	0	1
	Região de Coimbra	,62	,594	0	2
	Região de Leiria	,59	,557	0	2
	Região Viseu - Dão Lafões	,71	,469	0	1
	Total	,66	,561	0	2
Uso de unidades absolutas (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	,000	0	0
	Médio Tejo	,00	,000	0	0
	Oeste	,00	,000	0	0
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,03	,164	0	1
	Região de Leiria	,00	,000	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,01	,074	0	1

Tipo de erros identificados pelo AcessMonitor por NUT III (continuação)

Metadados (Nível A)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,10	,316	0	1
	Médio Tejo	,04	,200	0	1
	Oeste	,08	,368	0	2
	Região de Aveiro	,00	,000	0	0
	Região de Coimbra	,05	,229	0	1
	Região de Leiria	,09	,288	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	,000	0	0
	Total	,05	,252	0	2
Formatação de texto (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	,000	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,30	,483	0	1
	Médio Tejo	,12	,332	0	1
	Oeste	,17	,378	0	1
	Região de Aveiro	,14	,351	0	1
	Região de Coimbra	,16	,374	0	1
	Região de Leiria	,15	,359	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,21	,426	0	1
	Total	,16	,367	0	1
Marcação do idioma (Nível A)	Beira Baixa	,50	,577	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,30	,483	0	1
	Médio Tejo	,40	,500	0	1
	Oeste	,50	,507	0	1
	Região de Aveiro	,41	,503	0	1
	Região de Coimbra	,57	,502	0	1
	Região de Leiria	,53	,507	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,64	,497	0	1
	Total	,49	,501	0	1

Apêndice 10 – Problemas identificados: total de cada Diretriz.

Problemas identificados (Total)	NUT III	Média	Mínimo	Máximo
Diretriz 1.1 – Alternativas em Texto	Beira Baixa	38,75	1	127
	Beiras e Serra da Estrela	13,50	0	64
	Médio Tejo	20,48	0	114
	Oeste	28,08	0	174
	Região de Aveiro	26,91	0	114
	Região de Coimbra	23,95	0	114
	Região de Leiria	17,18	0	114
	Região Viseu - Dão Lafões	14,86	0	46
	Total	22,43	0	174
Diretriz 1.3 - Adaptável	Beira Baixa	41,75	0	128
	Beiras e Serra da Estrela	8,60	0	20
	Médio Tejo	16,76	1	122
	Oeste	22,36	0	133
	Região de Aveiro	24,73	0	122
	Região de Coimbra	24,00	0	122
	Região de Leiria	14,65	0	122
	Região Viseu - Dão Lafões	7,14	1	16
	Total	19,27	0	133
Diretriz 2.1 – Acessível por Teclado	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	6,52	0	140
	Oeste	6,11	0	140
	Região de Aveiro	1,23	0	6
	Região de Coimbra	1,11	0	6
	Região de Leiria	,29	0	6
	Região Viseu - Dão Lafões	1,57	0	11
	Total	2,65	0	140
Diretriz 2.2 – Tempo Suficiente	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,10	0	1
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,03	0	1
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,00	0	0
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1

Problemas identificados: total de cada Diretriz (continuação)

Diretriz 2.4 – Navegável	Beira Baixa	17,50	3	30
	Beiras e Serra da Estrela	20,00	1	59
	Médio Tejo	15,20	1	57
	Oeste	24,75	1	150
	Região de Aveiro	24,77	1	128
	Região de Coimbra	21,11	1	67
	Região de Leiria	16,15	0	61
	Região Viseu - Dão Lafões	9,79	1	33
	Total	19,52	0	150
Diretriz 3.1 – Legível	Beira Baixa	,75	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,40	0	1
	Médio Tejo	,52	0	1
	Oeste	,56	0	1
	Região de Aveiro	,36	0	1
	Região de Coimbra	,49	0	1
	Região de Leiria	,56	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,57	0	1
	Total	,51	0	1
Diretriz 3.2 – Previsível	Beira Baixa	,75	0	3
	Beiras e Serra da Estrela	,20	0	2
	Médio Tejo	,80	0	7
	Oeste	,89	0	14
	Região de Aveiro	,45	0	3
	Região de Coimbra	,59	0	3
	Região de Leiria	,44	0	3
	Região Viseu - Dão Lafões	,29	0	1
	Total	,59	0	14
Diretriz 3.3 – Assistência de Entrada	Beira Baixa	28,75	0	115
	Beiras e Serra da Estrela	4,20	0	12
	Médio Tejo	17,04	0	215
	Oeste	16,44	0	215
	Região de Aveiro	28,23	0	215
	Região de Coimbra	32,19	0	215
	Região de Leiria	17,62	0	215
	Região Viseu - Dão Lafões	5,21	0	14
	Total	20,10	0	215

Problemas identificados: total de cada Diretriz (continuação)

Diretriz 4.1 – Compatibilidade	Beira Baixa	43,50	3	151
	Beiras e Serra da Estrela	15,30	0	61
	Médio Tejo	40,48	0	195
	Oeste	43,33	0	254
	Região de Aveiro	41,27	1	195
	Região de Coimbra	40,86	0	195
	Região de Leiria	30,65	0	195
	Região Viseu - Dão Lafões	24,57	0	66
	Total	36,84	0	254

Apêndice 11 – Problemas identificados: total de cada Critério de Sucesso

Problemas identificados (Total)	NUT III	Média	Mínimo	Máximo
Critério de Sucesso 1.1.1. (Nível A)	Beira Baixa	38,75	1	127
	Beiras e Serra da Estrela	13,50	0	64
	Médio Tejo	20,48	0	114
	Oeste	28,08	0	174
	Região de Aveiro	26,91	0	114
	Região de Coimbra	23,95	0	114
	Região de Leiria	17,18	0	114
	Região Viseu - Dão Lafões	14,86	0	46
	Total	22,43	0	174
Critério de Sucesso 1.3.1 (Nível A)	Beira Baixa	41,75	0	128
	Beiras e Serra da Estrela	8,60	0	20
	Médio Tejo	16,76	1	122
	Oeste	22,36	0	133
	Região de Aveiro	24,73	0	122
	Região de Coimbra	24,00	0	122
	Região de Leiria	14,65	0	122
	Região Viseu - Dão Lafões	7,14	1	16
	Total	19,27	0	133
Critério de Sucesso 2.1.3 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	6,52	0	140
	Oeste	6,11	0	140
	Região de Aveiro	1,23	0	6
	Região de Coimbra	1,11	0	6
	Região de Leiria	,29	0	6
	Região Viseu - Dão Lafões	1,57	0	11
	Total	2,65	0	140
Critério de Sucesso 2.2.2 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,10	0	1
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,03	0	1
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,00	0	0
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1

Problemas identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 2.4.2 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,10	0	1
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,00	0	0
	Região de Leiria	,03	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,07	0	1
	Total	,02	0	1
Critério de Sucesso 2.4.4 (Nível A)	Beira Baixa	8,25	2	15
	Beiras e Serra da Estrela	15,00	0	56
	Médio Tejo	7,00	0	30
	Oeste	11,28	0	51
	Região de Aveiro	14,50	0	52
	Região de Coimbra	11,16	0	55
	Região de Leiria	9,50	0	56
	Região Viseu - Dão Lafões	7,79	0	32
	Total	10,59	0	56
Critério de Sucesso 2.4.9 (Nível AAA)	Beira Baixa	1,75	0	7
	Beiras e Serra da Estrela	2,20	0	7
	Médio Tejo	5,76	0	34
	Oeste	8,00	0	47
	Região de Aveiro	5,18	0	34
	Região de Coimbra	5,16	0	34
	Região de Leiria	4,59	0	26
	Região Viseu - Dão Lafões	1,00	0	4
	Total	5,14	0	47
Critério de Sucesso 2.4.10 (Nível AAA)	Beira Baixa	7,50	1	26
	Beiras e Serra da Estrela	2,70	0	11
	Médio Tejo	2,44	0	8
	Oeste	5,47	0	106
	Região de Aveiro	5,09	0	67
	Região de Coimbra	4,78	0	44
	Região de Leiria	2,03	0	11
	Região Viseu - Dão Lafões	,93	0	2
	Total	3,77	0	106

Problemas identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 3.1.1 (Nível A)	Beira Baixa	,75	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,40	0	1
	Médio Tejo	,52	0	1
	Oeste	,56	0	1
	Região de Aveiro	,36	0	1
	Região de Coimbra	,49	0	1
	Região de Leiria	,56	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,57	0	1
	Total	,51	0	1
Critério de Sucesso 3.2.2 (Nível A)	Beira Baixa	,75	0	3
	Beiras e Serra da Estrela	,20	0	2
	Médio Tejo	,80	0	7
	Oeste	,89	0	14
	Região de Aveiro	,45	0	3
	Região de Coimbra	,59	0	3
	Região de Leiria	,44	0	3
	Região Viseu - Dão Lafões	,29	0	1
	Total	,59	0	14
Critério de Sucesso 3.3.2 (Nível A)	Beira Baixa	28,75	0	115
	Beiras e Serra da Estrela	4,20	0	12
	Médio Tejo	17,04	0	215
	Oeste	16,44	0	215
	Região de Aveiro	28,23	0	215
	Região de Coimbra	32,19	0	215
	Região de Leiria	17,62	0	215
	Região Viseu - Dão Lafões	5,21	0	14
	Total	20,10	0	215
Critério de Sucesso 4.1.1 (Nível A)	Beira Baixa	14,00	3	36
	Beiras e Serra da Estrela	10,70	0	60
	Médio Tejo	27,08	0	164
	Oeste	28,42	0	253
	Região de Aveiro	21,68	0	84
	Região de Coimbra	21,92	0	159
	Região de Leiria	18,21	0	135
	Região Viseu - Dão Lafões	18,07	0	56
	Total	22,10	0	253

Problemas identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 4.1.2 (Nível A)	Beira Baixa	29,50	0	115
	Beiras e Serra da Estrela	4,60	0	12
	Médio Tejo	13,40	0	113
	Oeste	14,92	0	115
	Região de Aveiro	19,59	0	113
	Região de Coimbra	18,95	0	113
	Região de Leiria	12,44	0	113
	Região Viseu - Dão Lafões	6,50	0	15
	Total	14,74	0	115

Apêndice 12 – Avisos identificados: total de cada Diretriz

Avisos identificados (Total)	NUT III	Média	Mínimo	Máximo
Diretriz 1.1 – Alternativas em Texto	Beira Baixa	10,25	4	26
	Beiras e Serra da Estrela	15,50	0	38
	Médio Tejo	12,92	0	53
	Oeste	15,86	0	57
	Região de Aveiro	21,36	0	92
	Região de Coimbra	18,65	0	58
	Região de Leiria	17,68	0	80
	Região Viseu - Dão Lafões	15,00	0	49
	Total	16,82	0	92
Diretriz 1.2 – Multimédia baseada no Tempo	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,24	0	9
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,05	0	9
Diretriz 1.3 – Adaptável	Beira Baixa	39,25	6	85
	Beiras e Serra da Estrela	33,10	0	163
	Médio Tejo	46,48	0	217
	Oeste	75,53	0	775
	Região de Aveiro	58,23	0	242
	Região de Coimbra	55,32	0	217
	Região de Leiria	36,00	0	217
	Região Viseu - Dão Lafões	39,00	0	117
	Total	52,02	0	775

Avisos identificados: total de cada Diretriz (continuação)

Diretriz 1.4 – Discernível	Beira Baixa	19,50	3	41
	Beiras e Serra da Estrela	27,50	0	64
	Médio Tejo	21,60	0	127
	Oeste	65,08	0	1172
	Região de Aveiro	27,23	0	250
	Região de Coimbra	34,81	0	274
	Região de Leiria	27,32	0	273
	Região Viseu - Dão Lafões	45,29	0	206
	Total	36,74	0	1172
Diretriz 2.1 – Acessível por Teclado	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	6,52	0	140
	Oeste	5,94	0	140
	Região de Aveiro	1,23	0	6
	Região de Coimbra	,92	0	6
	Região de Leiria	,47	0	6
	Região Viseu - Dão Lafões	1,57	0	11
	Total	2,62	0	140
Diretriz 2.4 – Navegável	Beira Baixa	53,75	13	88
	Beiras e Serra da Estrela	31,60	1	59
	Médio Tejo	33,20	2	94
	Oeste	43,31	2	256
	Região de Aveiro	41,73	2	213
	Região de Coimbra	35,76	2	125
	Região de Leiria	32,26	1	109
	Região Viseu - Dão Lafões	22,93	1	66
	Total	36,15	1	256

Avisos identificados: total de cada Diretriz (continuação)

Diretriz 3.2 – Previsível	Beira Baixa	12,75	8	19
	Beiras e Serra da Estrela	6,70	0	19
	Médio Tejo	5,80	0	32
	Oeste	10,42	0	91
	Região de Aveiro	7,50	0	22
	Região de Coimbra	5,57	0	26
	Região de Leiria	5,35	0	19
	Região Viseu - Dão Lafões	10,00	0	26
	Total	7,31	0	91
Diretriz 3.3 – Assistência de Entrada	Beira Baixa	17,50	0	48
	Beiras e Serra da Estrela	10,40	0	24
	Médio Tejo	16,36	0	82
	Oeste	12,67	0	82
	Região de Aveiro	15,41	0	40
	Região de Coimbra	11,19	0	40
	Região de Leiria	12,53	0	40
	Região Viseu - Dão Lafões	14,29	0	32
	Total	13,29	0	82
Diretriz 4.1 – Compatível	Beira Baixa	5,50	0	10
	Beiras e Serra da Estrela	48,60	0	309
	Médio Tejo	73,28	0	684
	Oeste	120,39	0	1014
	Região de Aveiro	88,36	0	1289
	Região de Coimbra	66,86	0	717
	Região de Leiria	51,29	0	425
	Região Viseu - Dão Lafões	85,14	0	318
	Total	77,08	0	1289

Apêndice 13 – Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso

Avisos identificados (Total)	NUT III	Média	Mínimo	Máximo
Critério de Sucesso 1.1.1 (Nível A)	Beira Baixa	10,25	4	26
	Beiras e Serra da Estrela	15,50	0	38
	Médio Tejo	12,92	0	53
	Oeste	15,86	0	57
	Região de Aveiro	21,36	0	92
	Região de Coimbra	18,65	0	58
	Região de Leiria	17,68	0	80
	Região Viseu - Dão Lafões	15,00	0	49
	Total	16,82	0	92
Critério de Sucesso 1.2.1 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.2 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.3 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 1.2.4 (Nível AA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.5 (Nível AA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.6 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.7 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 1.2.8 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.2.9 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.3.1 (Nível A)	Beira Baixa	14,50	3	43
	Beiras e Serra da Estrela	19,30	0	141
	Médio Tejo	32,12	0	217
	Oeste	43,92	0	457
	Região de Aveiro	38,41	0	242
	Região de Coimbra	36,70	0	217
	Região de Leiria	19,38	0	217
	Região Viseu - Dão Lafões	8,50	0	56
	Total	30,86	0	457
Critério de Sucesso 1.3.2 (Nível A)	Beira Baixa	24,75	3	81
	Beiras e Serra da Estrela	13,80	0	41
	Médio Tejo	14,36	0	70
	Oeste	31,61	0	318
	Região de Aveiro	19,82	0	232
	Região de Coimbra	18,62	0	155
	Região de Leiria	16,62	0	118
	Região Viseu - Dão Lafões	30,50	0	112
	Total	21,16	0	318

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 1.4.2 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1
Critério de Sucesso 1.4.3 (Nível AA)	Beira Baixa	,25	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,30	0	3
	Médio Tejo	,60	0	7
	Oeste	,17	0	3
	Região de Aveiro	,18	0	2
	Região de Coimbra	,38	0	5
	Região de Leiria	,15	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,71	0	4
	Total	,32	0	7
Critério de Sucesso 1.4.4 (Nível AA)	Beira Baixa	19,25	3	41
	Beiras e Serra da Estrela	27,20	0	61
	Médio Tejo	21,00	0	125
	Oeste	64,92	0	1172
	Região de Aveiro	27,05	0	250
	Região de Coimbra	34,38	0	274
	Região de Leiria	27,18	0	273
	Região Viseu - Dão Lafões	44,57	0	203
	Total	36,41	0	1172
Critério de Sucesso 1.4.7 (Nível AAA)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,00	0	0
	Oeste	,00	0	0
	Região de Aveiro	,00	0	0
	Região de Coimbra	,03	0	1
	Região de Leiria	,00	0	0
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,01	0	1

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 2.1.1 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	6,52	0	140
	Oeste	5,94	0	140
	Região de Aveiro	1,23	0	6
	Região de Coimbra	,92	0	6
	Região de Leiria	,47	0	6
	Região Viseu - Dão Lafões	1,57	0	11
	Total	2,62	0	140
Critério de Sucesso 2.4.1 (Nível A)	Beira Baixa	7,50	1	26
	Beiras e Serra da Estrela	2,70	0	11
	Médio Tejo	2,76	0	10
	Oeste	5,50	0	106
	Região de Aveiro	5,09	0	67
	Região de Coimbra	4,57	0	44
	Região de Leiria	1,85	0	11
	Região Viseu - Dão Lafões	,93	0	2
	Total	3,74	0	106
Critério de Sucesso 2.4.2 (Nível A)	Beira Baixa	1,00	1	1
	Beiras e Serra da Estrela	,90	0	1
	Médio Tejo	1,00	1	1
	Oeste	1,00	1	1
	Região de Aveiro	1,00	1	1
	Região de Coimbra	1,00	1	1
	Região de Leiria	,97	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,93	0	1
	Total	,98	0	1
Critério de Sucesso 2.4.3 (Nível A)	Beira Baixa	4,25	0	9
	Beiras e Serra da Estrela	3,20	0	18
	Médio Tejo	5,36	0	23
	Oeste	7,25	0	159
	Região de Aveiro	4,32	0	24
	Região de Coimbra	4,32	0	62
	Região de Leiria	7,88	0	87
	Região Viseu - Dão Lafões	8,00	0	33
	Total	5,93	0	159

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 2.4.4 (Nível A)	Beira Baixa	1,75	0	7
	Beiras e Serra da Estrela	2,20	0	7
	Médio Tejo	5,76	0	34
	Oeste	8,00	0	47
	Região de Aveiro	5,18	0	34
	Região de Coimbra	4,84	0	34
	Região de Leiria	4,62	0	26
	Região Viseu - Dão Lafões	1,00	0	4
	Total	5,08	0	47
Critério de Sucesso 2.4.6 (Nível AA)	Beira Baixa	39,00	6	76
	Beiras e Serra da Estrela	22,40	0	46
	Médio Tejo	18,20	0	66
	Oeste	21,00	0	128
	Região de Aveiro	26,09	0	136
	Região de Coimbra	20,73	0	71
	Região de Leiria	16,65	0	66
	Região Viseu - Dão Lafões	11,71	0	33
	Total	20,12	0	136
Critério de Sucesso 2.4.7 (Nível AA)	Beira Baixa	,25	0	1
	Beiras e Serra da Estrela	,20	0	1
	Médio Tejo	,12	0	1
	Oeste	,56	0	6
	Região de Aveiro	,05	0	1
	Região de Coimbra	,30	0	3
	Região de Leiria	,29	0	3
	Região Viseu - Dão Lafões	,36	0	3
	Total	,29	0	6
Critério de Sucesso 3.2.5 (Nível AAA)	Beira Baixa	12,75	8	19
	Beiras e Serra da Estrela	6,70	0	19
	Médio Tejo	5,80	0	32
	Oeste	10,42	0	91
	Região de Aveiro	7,50	0	22
	Região de Coimbra	5,57	0	26
	Região de Leiria	5,35	0	19
	Região Viseu - Dão Lafões	10,00	0	26
	Total	7,31	0	91

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 3.3.1 (Nível A)	Beira Baixa	7,00	0	14
	Beiras e Serra da Estrela	2,60	0	6
	Médio Tejo	4,00	0	20
	Oeste	3,17	0	20
	Região de Aveiro	3,82	0	10
	Região de Coimbra	2,76	0	10
	Região de Leiria	3,12	0	10
	Região Viseu - Dão Lafões	3,57	0	8
	Total	3,35	0	20
Critério de Sucesso 3.3.2 (Nível A)	Beira Baixa	,00	0	0
	Beiras e Serra da Estrela	,00	0	0
	Médio Tejo	,12	0	2
	Oeste	,11	0	2
	Região de Aveiro	,14	0	1
	Região de Coimbra	,16	0	1
	Região de Leiria	,06	0	1
	Região Viseu - Dão Lafões	,00	0	0
	Total	,10	0	2
Critério de Sucesso 3.3.3 (Nível A)	Beira Baixa	1,75	0	6
	Beiras e Serra da Estrela	1,30	0	3
	Médio Tejo	2,04	0	10
	Oeste	1,58	0	10
	Região de Aveiro	1,91	0	5
	Região de Coimbra	1,38	0	5
	Região de Leiria	1,56	0	5
	Região Viseu - Dão Lafões	1,79	0	4
	Total	1,64	0	10
Critério de Sucesso 3.3.4 (Nível AA)	Beira Baixa	5,25	0	18
	Beiras e Serra da Estrela	3,90	0	9
	Médio Tejo	6,12	0	30
	Oeste	4,75	0	30
	Região de Aveiro	5,73	0	15
	Região de Coimbra	4,14	0	15
	Região de Leiria	4,68	0	15
	Região Viseu - Dão Lafões	5,36	0	12
	Total	4,93	0	30

Avisos identificados: total de cada Critério de Sucesso (continuação)

Critério de Sucesso 3.3.5 (Nível AAA)	Beira Baixa	1,75	0	6
	Beiras e Serra da Estrela	1,30	0	3
	Médio Tejo	2,04	0	10
	Oeste	1,53	0	10
	Região de Aveiro	1,91	0	5
	Região de Coimbra	1,38	0	5
	Região de Leiria	1,56	0	5
	Região Viseu - Dão Lafões	1,79	0	4
	Total	1,63	0	10
Critério de Sucesso 3.3.6 (Nível AAA)	Beira Baixa	1,75	0	6
	Beiras e Serra da Estrela	1,30	0	3
	Médio Tejo	2,04	0	10
	Oeste	1,53	0	10
	Região de Aveiro	1,91	0	5
	Região de Coimbra	1,38	0	5
	Região de Leiria	1,56	0	5
	Região Viseu - Dão Lafões	1,79	0	4
	Total	1,63	0	10
Critério de Sucesso 4.1.1 (Nível A)	Beira Baixa	5,50	0	10
	Beiras e Serra da Estrela	48,60	0	309
	Médio Tejo	73,28	0	684
	Oeste	120,39	0	1014
	Região de Aveiro	88,36	0	1289
	Região de Coimbra	66,86	0	717
	Região de Leiria	51,29	0	425
	Região Viseu - Dão Lafões	85,14	0	318
	Total	77,08	0	1289